

**Wota dan Makna *Idoling*: Analisis Resepsi Penggemar JKT48 tentang  
Fenomena Fanatisme**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh:**

**Muhammad Hanif Devano**

**21321069**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

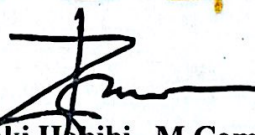
**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

الإمامة الإسلامية  
Dosen Pembimbing Skripsi,  
الإمامة الإسلامية

  
**Dr. Zaki Habibi., M.Comms.**

**NIDN 0517078101**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

**Wota dan Makna Idoling: Analisis Resepsi Penggemar JKT48 tentang Fenomena Fanatisme**

Disusun Oleh:

**MUHAMMAD HANIF DEVANO**

**21321069**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 13 Juni 2025

Dewan Penguji:

1. Ketua

: Dr. Zaki Habibi., M.Comms.

NIDN. 0517078101

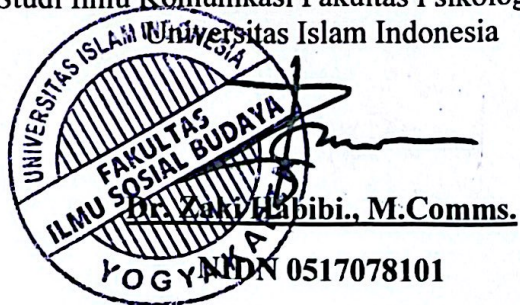
2. Anggota

: Puji Rianto, S.I.P., M.A.

NIDN. 0503057601

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya



## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Hanif Devano

Nomor Mahasiswa : 21321069

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 6 Mei 2025

Yang menyatakan,



**Muhammad Hanif Devano**

**NIM 21321069**

## **MOTTO**

Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan.

Dia telah menciptakan manusia dari 'alaq.

Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah.

Yang mengajar manusia dengan pena,

Dia mengajar manusia apa yang tidak diketahuinya. (QS Al 'Alaq (96): 1 – 5)

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Ayah, ibu, dan adikku tercinta
2. Seluruh pihak yang telah mendukung skripsi ini
3. Para penekun pengetahuan di negeri ini

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul "Wota dan Makna Idoling: Analisis Resepsi Penggemar JKT48 tentang Fenomena Fanatisme" ini dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan buah dari perjuangan, dedikasi, doa, dan dukungan dari banyak pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu. Shalawat serta salam senantiasa diucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, utusan Allah untuk memberikan Rahmat kepada seluruh alam semesta, penerang dakwah dan ilmu yang bisa dirasakan umat manusia hingga saat ini.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Penulis sadar sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, terima kasih atas dukungan materi dan moral yang senantiasa diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi ini.
2. Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mendampingi dan membimbing peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
3. Yessy Levina, Hafizh Dhiya, Gita Sekar, dan teman-teman yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti dari awal hingga akhir penelitian ini.
4. Narasumber utama penelitian yang telah sangat kooperatif dalam memaparkan informasi dan kesaksian sebagai penggemar JKT48 sehingga peneliti dapat memperoleh data yang relevan.
5. Para penggemar JKT48 baik independen maupun komunitas yang telah banyak membantu peneliti mengumpulkan informasi pada masa observasi sekaligus memberikan akses kepada narasumber penelitian.

## Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel .....	ix
ABSTRAK .....	x
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1. Manfaat Akademis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
1.5 Tinjauan Pustaka.....	5
1.5.1 Penelitian Terdahulu .....	5
1.5.2 Kerangka Teoretis .....	9
1.5.2.1 Kajian Fans dalam Studi Komunikasi.....	9
1.5.2.2 Strata Idol Group di Indonesia .....	10
1.5.2.3 Industri <i>Idol Group</i> Multinasional.....	11
1.5.2.4 Loyalitas Penggemar <i>Idol Group</i> di Indonesia .....	12
1.6 Metodologi.....	15
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	15
1.6.2 Metode Analisis Data.....	18
1.6.3 Jadwal Penelitian.....	19
BAB II .....	20
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	20
2.1 Grup Idola JKT48 .....	20

2.2 Penggemar JKT48.....	31
2.3 Profil Informan .....	35
BAB 3 .....	38
TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....	38
3.1 Pertemuan dengan Idola.....	39
3.2 Sosial, Anti-Sosial, Parasosial: Relasi Penggemar JKT48 .....	46
3.2.1 Sosial .....	46
3.2.2 Anti-Sosial.....	49
3.2.3 Parasosial.....	52
3.3 Makna <i>Idoling</i> .....	55
3.3.1 Ruang Ekspresi.....	56
3.3.2 Figur Pendukung ( <i>Support System</i> ).....	59
3.3.3 Budaya Penggemar.....	65
3.3.4 Simbiosis Mutualisme .....	74
3.4 “Perceraian” dengan JKT48.....	77
3.5. Relasi Kompleks <i>Fans</i> dan Idola: Resepsi dalam Ruang yang Dinamis.....	80
BAB IV .....	86
4.1 Kesimpulan .....	86
4.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
4.3 Saran .....	87
Daftar Pustaka .....	89
LAMPIRAN #1 – Daftar Pertanyaan Wawancara .....	92
LAMPIRAN #2 – Transkrip Wawancara dan Pengkodean Data Wawancara .....	94
LAMPIRAN #3 – Daftar Istilah Fan Studies .....	140

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 - Data Mengenai Fans JKT48 yang Disampaikan oleh CEO IDN Media.....	32
Gambar 2.2 - Data Persebaran Jumlah Penggemar JKT48 di Indonesia.....	33
Gambar 3.1 - Cuitan Seorang Penggemar terhadap Pertunjukkan Ladies and Kids.....	41
Gambar 3.2 - Penampilan Perdana JKT48 di Acara 100% Ampuh.....	45
Gambar 3.3 - Potret Kebersamaan Sekelompok Penggemar JKT48 di Sebuah Konser.....	47
Gambar 3.4 - Pernyataan JKT48 Tentang Langkah Hukum yang Ditempuh.....	50
Gambar 3.5 - Potret Ekspresif dari Sekelompok Wota terhadap Sang Idola.....	52
Gambar 3.6 - Potret Penggemar JKT48 yang Sedang Berfoto dengan Idolanya.....	54
Gambar 3.7 - Harga Tiket Meet and Greet, 2Shot, dan Video Call bersama Member JKT48..	55
Gambar 3.8 - Acara Buka Bersama yang Diadakan oleh Salah Satu Komunitas JKT48.....	57
Gambar 3.9 - Potret Foto Bersama dari Salah Satu Fanbase.....	58
Gambar 3.10 - Kebersamaan Tyas dengan "Keluarga" Baru dalam Fandom.....	61
Gambar 3.11 - Koleksi Merchandise dan Potret Yessy dengan Sang Idola.....	65
Gambar 3.12 - Potret Wota saat Mempertunjukkan Fan Chant.....	66
Gambar 3.13 - Proyek Perayaan Ulang Tahun Salah Seorang Anggota JKT48.....	68
Gambar 3.14 - Koleksi Kepemilikan Merchandise Narasumber.....	70
Gambar 3.15 - Music Video dari Lagu Karya Rif'an yang Didedikasikan Kepada Idolanya...	71
Gambar 3.16 - Kultur Pengidolaan Baru dalam Fandom JKT48.....	72
Gambar 3.17 - Mural atau Lukisan Dinding dengan Gambar Salah Seorang Anggota JKT48	73
Gambar 3.18 - Giant Flag dengan Gambar Anggota JKT48.....	75
Gambar 3.19 - Cuitan Salah Seorang Penggemar JKT48 terkait Perceraian dengan JKT48...	79

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 - Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 1.2 - Informan .....	17
Tabel 1.3 - Jadwal Penelitian.....	19
Tabel 2.1 - Anggota JKT48.....	23
Tabel 3.1 - Kisah Pertemuan dengan Idola.....	45

## ABSTRAK

**Hanif Devano, M. 21321069 (2021). Wota dan Makna Idoling: Analisis Resepsi Penggemar JKT48 tentang Fenomena Fanatisme. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Penelitian ini berangkat dari sebuah fenomena meningkatnya penggemar JKT48 secara drastis pascapandemi COVID19 tepatnya dimulai pada tahun 2022 dan masih berlangsung hingga penelitian ini ditulis (2024). Fenomena lonjakan jumlah *fans* tersebut perlahan melahirkan fenomena baru, yaitu fanatisme penggemar di *fandom* JKT48. Penelitian ini berusaha menggali lebih dalam mengenai fenomena tersebut dengan berfokus terhadap pencarian makna pengidolaan di mata penggemar JKT48. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui makna mendalam mengenai arti pengidolaan dari penggemar JKT48 dan menjadikannya sebagai tambahan ilmu pengetahuan dalam ranah budaya populer, kepenggemaran, media, dan audiens. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dengan teknik *in depth interview* dan *focus group discussion*, sedangkan metode analisis data melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Wawancara dilakukan kepada enam penggemar JKT48 dari komunitas berbeda. Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menemukan bahwa *idoling* dimaknai sebagai sebuah pengalaman emosional intens yang memiliki dampak sosial bagi penggemar JKT48.

**Kata kunci:** JKT48, *Fandom*, Fanatisme, *Fanbase*, Penggemar, Budaya Populer, Budaya Penggemar.

## ABSTRACT

**Hanif Devano, M. 21321069 (2021). *Wota and the Meaning of Idoling: An Analysis of JKT48 Fans' Reception Regarding the Phenomenon of Fanaticism.* (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

*This research originates from the phenomenon of a drastic increase in JKT48 fans following the COVID-19 pandemic, which began in 2022 and continues to this day as this research is being written in 2024. This surge in the number of fans has gradually given rise to a new phenomenon, namely fanaticism among JKT48 fandom. This study aims to delve deeper into this phenomenon by focusing on the search for the meaning of idolization in the eyes of JKT48 fans. It is hoped that this research will provide a profound understanding of the significance of idolization for JKT48 fans and contribute to the body of knowledge in the fields of popular culture, fandom studies, media, and audience analysis. The data collection method employed in this research includes interviews using in-depth interview techniques and focus group discussions, while data analysis is conducted through stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Interviews were conducted with six JKT48 fans from different communities. The types of data used are both primary and secondary data. This study finds that idoling is interpreted as an intense emotional experience that carries social implications for JKT48 fans.*

**Keywords:** *JKT48, Fandom, Fanaticism, Fanbase, Fans, Popular Culture, Fan Culture.*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggemar atau *fans* dapat dimaknai sebagai seseorang yang memiliki ketertarikan khusus terhadap suatu kelompok, tim, maupun grup tertentu. Tidak jarang keberadaan fans dari sebuah grup justru menjadi daya tarik dari grup itu sendiri. Salah satu penyebab yang memungkinkan hal tersebut adalah fanatisme, loyalitas, dan dedikasi yang diberikan *fans* kepada grupnya. Fans sendiri disebut sebagai khalayak dari *popular culture*, karena selain mengonsumsi, mereka juga melakukan produksi dan distribusi budaya tersebut (Kusnadi, 2017). Budaya yang dimaksud di sini adalah segala hal yang menjadi ciri khas, terafiliasi, dan berkaitan dengan grup terkait. Sekumpulan penggemar yang membentuk kelompok dapat dimaknai sebagai *fandom*. Pada penelitian ini peneliti fokus membahas salah satu *fandom* yang tengah mengalami peningkatan dalam jumlah anggota sehingga menjadi fenomena tersendiri khususnya bagi anak muda di beberapa media sosial yaitu kelompok penggemar JKT48 atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Wota*.

JKT48 adalah sebuah kelompok idola nasional yang berdiri sejak tahun 2011 dan didirikan langsung oleh pendiri sekaligus produser AKB48, Yasushi Akimoto di Jepang dan dibantu oleh *public figure* terkemuka tanah air, Reino Barack. Perlu diketahui pula bahwa JKT48 merupakan “adik” pertama dari grup idola dari Jepang yaitu AKB48, oleh karena itu mayoritas lagu JKT48 merupakan saduran langsung dari AKB48. Hingga saat ini JKT48 telah memiliki lebih dari 300 lagu namun hanya dua di antaranya yang merupakan lagu original JKT48 berjudul Rapsodi dan Flying High. Sejak awal kemunculannya, grup idola asal Jakarta ini mengusung konsep “*idol you can meet*” yang pada praktiknya memungkinkan fans berinteraksi secara langsung dan intens dengan para *members* JKT48. Interaksi yang dimaksud adalah interaksi yang dilakukan ketika JKT48 mengadakan event tertentu seperti *handshake event*, *meet and greet*, *2shot* (foto berdua antara fans dengan *member*), *video call*, dan pertunjukan teater. Dari sekian banyak kegiatan JKT48, pertunjukan theater adalah kegiatan paling rutin digelar, setiap minggunya terdapat tiga sampai empat kali pertunjukkan. Teater JKT48 sendiri berlokasi di lantai 4 Mall FX Sudirman dan sudah berdiri dan beroperasi rutin sejak tahun 2012. Kalangan fans JKT48 sering mengibaratkan *theater* JKT48 sebagai “kuil”. Hal tersebut memunculkan

sebuah istilah populer di kalangan *fans* yang berbunyi “belum sah jadi fans jeketi kalau belum main ke *theater*”. Hal tersebut bukan tanpa dasar mengingat *theater* merupakan tempat member dan staf melakukan kegiatan setiap harinya.

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian tentang JKT48 dan penggemarnya bukan tanpa alasan yang jelas. Dalam dua tahun terakhir peneliti telah melakukan pengamatan tentang JKT48 dan *fans*-nya baik di tingkat atas yang mana mencakup struktur manajemen dan dinamika grup idola ini dan juga pengamatan di tingkat bawah atau *grassroot* yang mencakup perilaku dan dinamika di antara *fans* itu sendiri. Dari pengamatan yang peneliti lakukan dalam beberapa waktu ke belakang dapat disimpulkan bahwa JKT48 termasuk dalam bagian dari *pop culture* yang memiliki daya tarik luar biasa terutama dalam dua tahun ke belakang. Daya tarik yang ditawarkan oleh JKT48 tidak hanya terbatas pada tampilan visual personilnya, namun lebih dari itu ada banyak aspek yang membuat grup idola satu ini menjadi menarik. Beberapa aspek di antaranya adalah *fan service*, dengan mengusung konsep “*idol you can meet*” secara tidak langsung mengharuskan *member* JKT48 mempunyai keterampilan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada *fans* dalam event seperti *video call*, *meet and greet*, dan juga saat melakukan pertunjukan di teater. Aspek selanjutnya adalah musikalitas, mayoritas lagu JKT48 bernuansa ceria namun memiliki arti yang mendalam bagi pendengarnya. Hal ini menjadi unik karena pada beberapa lagu JKT48 jika dicermati liriknya sebenarnya memiliki makna yang tidak sesuai dengan pembawaan melodi, aransemen, dan koreo lagunya. Contohnya adalah lagu *Birth* yang memiliki makna tentang larangan mengahiri hidup namun dibawakan dengan nuansa lagu yang ceria. Aspek yang menjadi daya tarik selanjutnya adalah kultur *fans* yang loyal dan militan. Baik suporter klub sepak bola, *fans* JKT48 memiliki loyalitas dan jiwa militansi yang tinggi, sehingga hal tersebut turut menjadi alasan kenapa JKT48 bisa eksis sampai saat ini.

Sejak awal kemunculannya pada tahun 2011, penggemar JKT48 erat dan identik dengan fanatismenya yang tinggi terhadap grup idola kesayangan mereka. Fanatisme yang mereka berikan kepada JKT48 tidak hanya disampaikan dengan bentuk materi, namun juga disertai dukungan moral yang tidak henti. Selain itu, tidak jarang ditemui penggemar JKT48 dengan loyalitas tinggi yang rela mengeluarkan materi hingga ratusan juta dan mengikuti JKT48 kemanapun grup ini pergi. Fanatisme sendiri dapat dimaknai sebagai pengabdian yang luar biasa baik secara positif maupun negatif dan dianut secara mendalam pada suatu objek dapat berupa

merek, produk, orang, acara televisi, agama, ideologi, dan politik sehingga menghasilkan keintiman (Hidayati & Indriana, 2022). Meski dikenal sebagai *fandom* yang fanatik, mayoritas penggemar JKT48 tidak terlalu menunjukkan kefanatikan mereka secara langsung di depan umum terutama di media sosial. Berbeda dengan fans KPOP atau penyanyi Barat yang terang-terangan menunjukkan identitas mereka, *fans* biasa maupun fanatik JKT48 cenderung lebih tertutup. Hal tersebut menjadi menarik karena berdasarkan pengamatan peneliti, masing-masing *fans* mempunyai banyak pengalaman dan alasan hingga akhirnya bisa sampai di titik fanatisme yang tinggi. Oleh karena itu, peneliti berniat menggali lebih dalam tentang fenomena fanatisme penggemar JKT48 ini. Lebih dari itu, peneliti ingin mengetahui secara menyeluruh mengenai makna grup idola ini bagi para penggemarnya.

Penelitian ini berangkat dari fenomena yang terjadi di dunia kepenggemaran JKT48 pada tahun 2022 hingga tahun 2024, didapati bahwa terdapat peningkatan jumlah penggemar yang sangat signifikan. IDN Media sebagai perusahaan yang menaungi JKT48 mengklaim bahwa jumlah penggemar JKT48 saat ini telah menembus 15 juta penggemar yang tersebar di seluruh *platform digital*. Jumlah tersebut tentu bukan angka yang biasa dan bahkan dapat dikatakan sangat fantastis untuk ukuran penggemar *entertainer* di Indonesia. Peneliti sudah beberapa kali melakukan observasi terhadap grup band maupun *public figure* yang memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia katakanlah seperti Noah, Dewa 19, dan grup pendatang baru yang digemari anak muda seperti Reality Club. Dari observasi yang peneliti lakukan terhadap beberapa grup tersebut, peneliti membandingkan kondisi penggemar beberapa grup tersebut dengan penggemar JKT48 dan peneliti menilai ada perbedaan pemaknaan yang sangat menarik dari para penggemar JKT48 dalam memandang grup kesayangan mereka.

Sebagai sebuah grup, JKT48 adalah sebuah kesatuan yang tergolong sangat unik. Banyak aspek dari grup ini yang tidak dimiliki oleh *entertainer* lain, salah satu contohnya adalah pertunjukan *theater* rutin yang berlokasi di Mall FX Sudirman lantai 4. Pertunjukan tersebut digelar setiap minggu yang dapat dilangsungkan 3-5 kali setiap pekannya. Kemudian program lain yang hanya dimiliki JKT48 adalah *handshake event*. Bagi penggemar JKT48 yang berbasis di luar Jakarta, terdapat program khusus yaitu “JKT48 Circus”. JKT48 juga memiliki acara pemilihan anggota untuk membawakan *single* terbaru JKT48 melalui voting. Posisi yang didapatkan akan sesuai dengan jumlah *voting* yang didapatkan. Kemudian, JKT48 selalu

melakukan konser setiap tahunnya. Baik itu konser *anniversary* atau konser untuk kelulusan member yang dikenal dengan kata *graduation* (Natio & Paramita, 2020). Dengan segala kegiatan dan *event* yang ditawarkan JKT48 kepada *fans*-nya, hal tersebut memungkinkan *fans* untuk memiliki beragam pemaknaan terhadap grup ini. Hal tersebut yang menjadi fokus peneliti dalam penelitian yang melibatkan penggemar JKT48 ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pada penelitian ini peneliti tertarik dengan unsur fanatisme yang selalu dikedepankan penggemar JKT48 pada setiap kesempatan. Oleh karena itu, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pemaknaan penggemar JKT48 terhadap grup idola kesayangannya. Berkaitan dengan hal tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana resepsi penggemar memandang diri mereka dan memaknai hubungan pengidolaan kepada grup idola JKT48.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, adapun tujuan penelitian kali ini adalah untuk menggali lebih dalam fenomena fanatisme yang terjadi di *fandom* JKT48 serta mengetahui makna dari kegiatan *idoling* yang dilakukan para penggemar JKT48 kepada grup idola kesayangannya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

- a. Mengimplementasikan teori yang didapat selama perkuliahan dan hasil pengamatan peneliti dalam 2 tahun terakhir, terutama pada ranah pengkajian budaya populer, media, dan audiens.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan referensi sekaligus membuka khazanah baru bagi peneliti yang akan meneliti bidang *fan studies* di masa yang akan datang.

## 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat awam tentang kultur dan dinamika penggemar JKT48.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat dapat meningkatkan *awareness* mengenai potensi *fandom* sebagai sebuah kesatuan kolektif yang bersifat produktif dan positif.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar KPOP di Semarang yang ditulis oleh Noor Hidayati dan Yeniar Indriana membahas hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar Kpop di Semarang. Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* di mana sampel dipilih berdasarkan seberapa mudahnya bagi peneliti atau berapa banyak orang yang tersedia untuk berpartisipasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara fanatisme dan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi fanatisme, semakin tinggi juga perilaku konsumtif. Fanatisme memberikan sumbangan efektif sebesar 61,3% terhadap perilaku konsumtif pada remaja penggemar Kpop di Semarang. Remaja penggemar Kpop di Semarang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, fanatisme terhadap idol Kpop dapat memotivasi mereka untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola mereka. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara fanatisme dan perilaku konsumtif, semakin tinggi fanatisme yang dimiliki penggemar, semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dimiliki (Hidayati & Indriana, 2022).

Penelitian dengan judul Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT yang ditulis oleh Elita Putri Budiarti berfokus pada analisis perilaku loyalitas NCTzen dan gambaran fanatisme NCTzen di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan wawancara serta observasi *snowball sampling* sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian ini melibatkan 6 responden dengan rentang usia 18-26 tahun yang tergabung dalam komunitas NCTzen Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme yang ditunjukkan penggemar NCT terbagi menjadi beberapa segmentasi umur. Penggemar dewasa dengan rentan umur 22-26 tahun lebih memilih mengeluarkan uang untuk menonton konser

daripada membeli merchandise. Sedangkan untuk penggemar muda dengan rentan umur 18-20 tahun menunjukkan fanatismena dengan mengoleksi *merchandise*, mereka banyak mengkoleksi benda-benda maupun merchandise NCT hingga mengeluarkan uang hingga berjuta-juta serta sangat terobsesi dengan NCT, dengan tidak mengidolakan grup lain selain NCT dan sering menunjukkannya di media sosial (Budiarti, 2022).

Penelitian dengan judul Pemaknaan Menjadi Fans Dalam Sahabat Setia Andien yang ditulis oleh Dayanara Kusnadi membahas tentang pentingnya menjadi anggota fandom Sahabat Setia Andien, khususnya bagi mereka yang mengidolakan Andien. Penelitian ini menggunakan metode etnografi khalayak serta *in depth interview* terhadap *founder*, koordinator *fanbase*, dan anggota *fanbase* Sahabat Setia Andien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fanbase* ini digambarkan sebagai keluarga baru bagi para anggotanya, yang memiliki ikatan emosional dengan Andien dan karyanya. Berbagai aktivitas seperti menghadiri konser, arisan, hingga jalan-jalan dilakukan penggemar untuk mendukung Andien. Fandom dipandang sebagai pengalaman yang bermakna dan mendalam bagi para anggotanya (Kusnadi, 2017).

Penelitian dengan judul Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS) yang ditulis oleh Jeanette dan Sinta Paramita membahas tentang perbedaan sikap fans perempuan dan laki-laki terhadap grup musik BTS. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi terhadap 6 orang penggemar BTS (3 *fangirl* dan 3 *fanboy*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar perempuan dan laki-laki memiliki alasan utama yang sama dalam mengidolakan BTS, yaitu bakat personil dan musik dari BTS. Perbedaan sikap yang ditemukan dari penelitian ini adalah *fangirl* cenderung menyukai BTS secara emosional dengan berbagi cerita dan aktif di komunitas, sedangkan *fanboy* lebih rasional hanya sebatas menganggap BTS sebagai idol tanpa terlalu terlibat dalam komunitas penggemar (Jeanette & Paramita, 2018).

Penelitian dengan judul Peran *Public Relations* Industri Musik dalam Membangun Reputasi (Analisis Terhadap DX Entertainment JKT48) yang ditulis oleh Shani Indira Natio dan Sinta Paramita ini membahas tentang peran *public relations* industri musik dalam membangun reputasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *public relations* DX Entertainment sebagai pihak yang menaungi JKT48 dalam membangun reputasi grup musik JKT48 di tengah perkembangan industri musik Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode

kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian adalah reputasi DX Entertainment sebagai manajemen JKT48, sedangkan subjeknya adalah beberapa *staff* dan anggota JKT48. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DX Entertainment memiliki 9 manajemen reputasi dan *public relations* berperan yang kemudian diimplementasikan guna membangun reputasi positif JKT48. Hal ini dicapai melalui berbagai program dan menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak (Natio & Paramita, 2020).

**Tabel 1.1 - Penelitian Terdahulu**

<b>Judul</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan dengan Riset Ini</b>
Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar KPOP di Semarang	Noor Hidayati dan Yeniari Indriana	<i>Convenience sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara fanatisme dan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi fanatisme, semakin tinggi juga perilaku konsumtif.	Perbedaan terdapat pada subjek dan metode yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan mencari pengaruh variabel x dan y.
Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT	Elita Putri Budiarti	Kualitatif	Fanatisme yang ditunjukkan penggemar NCT terbagi menjadi beberapa segmentasi umur. penggemar dewasa dengan rentan umur 22-26 tahun lebih memilih mengeluarkan uang untuk menonton konser daripada	Perbedaan terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu tersebut menjadikan <i>fandom</i> NCT sebagai subjek penelitian.

			membeli merchandise, sedangkan untuk penggemar muda dengan rentan umur 18-20 tahun menunjukkan fanatismena dengan mengoleksi merchandise	
Pemaknaan Menjadi Fans Dalam Sahabat Setia Andien	Dayanara Kusnadi	Etnografi khalayak dan <i>in depth interview</i>	<i>Fanbase</i> ini digambarkan sebagai keluarga baru bagi para anggotanya, yang memiliki ikatan emosional dengan Andien dan karyanya.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu tersebut menjadikan <i>fandom</i> Andien sebagai subjek penelitian.
Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS)	Jeanette dan Sinta Paramita	Kualitatif, observasi dan wawancara mendalam.	<i>Fangirl</i> cenderung menyukai BTS secara emosional dengan berbagi cerita dan aktif di komunitas, sedangkan <i>fanboy</i> lebih rasional hanya sebatas menganggap BTS sebagai idola dan tidak terlalu terlibat dalam komunitas penggemar.	Perbedaan terdapat pada objek, dan tujuan penelitian, penelitian tersebut menjadikan penggemar BTS menjadi objek penelitiannya, dan bertujuan untuk mengetahui perbedaan makna terhadap <i>fans</i> yang berbeda gender.
Peran <i>Public Relations</i> Industri Musik dalam Membangun Reputasi	Shani Indira Natio dan Sinta Paramita	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus.	DX Entertainment menerapkan 9 manajemen reputasi dan <i>public relations</i>	Perbedaan terdapat pada subjek, dan tujuan penelitian, penelitian

(Analisis Terhadap DX Entertainment JKT48)			berperan dalam membangun reputasi positif JKT48. Hal ini dicapai melalui berbagai program dan menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak.	tersebut menjadikan bagian internal dan manajemen JKT48 objek penelitiannya dan lebih fokus membahas lebih dalam tentang strategi PR manajemen JKT48.
--	--	--	---	---

## 1.5.2 Kerangka Teoretis

### 1.5.2.1 Kajian *Fans* dalam Studi Komunikasi

Dalam perkembangannya, dunia kepenggemaran melahirkan banyak unsur dan budaya baru yang membuatnya sangat menarik untuk ditelusuri lebih dalam. Hal tersebut juga menjadi salah satu latar belakang lahirnya *fan studies* atau biasa disebut sebagai kajian fans. *Fan studies* sendiri adalah disiplin ilmu yang berfokus kepada analisis penggemar, *fandom*, budaya penggemar, aktivitas, dan karya penggemar. Studi penggemar terletak pada ruang interdisipliner, dengan jembatan dan pemisah antara bidang humaniora dan ilmu sosial (Evans & Stasi, 2014). Proses komunikasi yang berlangsung di antara kedua belah pihak tersebut memiliki bentuk yang beragam mulai dari interaksi langsung saat *event* tertentu hingga interaksi tidak langsung melalui perantara. Melalui media sosial, figur publik sekarang dapat berbicara langsung kepada basis penggemar mereka tanpa filter berita atau manajemen (Bennett, 2014).

Kajian *fans*/penggemar dalam studi komunikasi menjadi sebuah hal yang menarik untuk dibahas dalam beberapa waktu terakhir. Bertumbuh dan berkembangnya konsep pengidolaan *public figure* yang tadinya hanya berfokus kepada karya hingga kemudian mulai memperhatikan aspek *branding* serta kehidupan pribadi menjadi salah satu faktor kunci dari perubahan konsep pengidolaan ini. *Fan Studies* menjadi sebuah hal yang menarik untuk dibahas terutama bagi kalangan anak muda karena sebagaimana yang kita ketahui bersama bahwa pada saat ini mayoritas pengguna media terutama media baru seperti Instagram, Tiktok, dan X didominasi

oleh kalangan anak muda. Sebuah jurnal yang membahas mengenai pengidolaan dan citra tubuh menyatakan bahwa kebanyakan kegiatan pengidolaan banyak menjadikan kalangan muda/remaja sebagai aktor utama dalam fenomena ini, segala kegiatan pengidolaan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mencari jati diri (Ahmad & Kristiutami, 2020). Dengan pertumbuhan dunia pengidolaan yang didukung dengan kemajuan teknologi media serta melibatkan kalangan anak muda sebagai aktor utama dalam fenomena ini, situasi tersebut memungkinkan seorang penggemar memegang peranan sebagai audiens aktif. Audiens aktif yang dimaksud adalah situasi ketika *fans* tidak hanya menjadi penonton yang hanya menerima konten dari idolanya melainkan dapat menginterpretasikan pesan secara mendalam kemudian memodifikasinya hingga pada akhirnya mendistribusikannya kembali, contoh dari situasi tersebut adalah karya penggemar dari *fans* JKT48 yang didekasikan kepada *member* favoritnya. Sebuah penelitian tentang analisis resepsi terhadap audiens aktif memandang audiens sebagai *producer of meaning* yang aktif menciptakan makna, bukan hanya sebagai konsumen dari isi media (Agusta, 2021).

Guna memahami lebih dalam mengenai kajian *fans* dalam studi komunikasi, peneliti akan memetakan perspektif, metode, dan pendekatan yang digunakan dalam *fan studies* ini. Terdapat beberapa pendekatan yang dapat digunakan ketika kita membahas studi tentang penggemar. Salah satunya adalah pendekatan kultural yang memandang fans sebagai produsen makna atau audiens aktif, pendekatan ini memiliki fokus pada pencarian identitas serta negosiasi makna dari budaya populer. Pendekatan selanjutnya adalah pendekatan sosiologis, jika dikaitkan dengan penelitian ini, pendekatan sosiologis memandang fandom atau lingkungan kepenggemaran sebagai sebuah bentuk dari komunitas sosial. Pendekatan ini fokus menyoroti hubungan sosial, struktur komunitas, norma, dan solidaritas yang terjadi dalam suatu lingkungan. Terakhir adalah pendekatan psikologis yang fokus pada motivasi individu, bagaimana hubungan antara *fans* dengan idola, dan ikatan emosional yang terjalin antara *fans* dengan idola dengan melibatkan konsep interaksi parasosial.

Selain perspektif, terdapat pula metode yang kerap kali digunakan dalam sebuah studi mengenai fans atau penggemar. Beberapa di antaranya adalah metode etnografi yang dilakukan dengan cara melakukan observasi partisipatif terhadap objek baik perseorangan maupun komunitas secara langsung atau daring (*virtual*). Selanjutnya adalah *in depth interview* atau

wawancara mendalam yang bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif yang dialami para *fans* dalam menjalani kegiatan pengidolaan. Analisis wacana atau *discourse analysis* juga dapat digunakan guna memahami bagaimana *fans* membentuk identitas dan makna dalam setiap kegiatan pengidolaan yang dilakukan. Terakhir adalah metode interpretasi *fan-made content* yang fokus melakukan pendalaman terhadap berbagai budaya penggemar, tren, komentar, dan meme yang terjadi dalam sebuah *fandom*.

Kajian *fans* dalam studi komunikasi juga melibatkan berbagai perspektif dalam pelaksanaannya. Peneliti berpendapat bahwa terdapat tiga perspektif utama yang relevan dengan penelitian ini. Pertama adalah perspektif aktivitas *fans*. Meminjam teori partisipatif milik Henry Jenkins, teori tersebut memiliki argumen bahwa *fans* atau penggemar tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif melainkan memegang peranan aktif sebagai produsen atau disebut prosumer (Wardani, 2018). Selanjutnya adalah perspektif afeksi dan emosi. Fans atau penggemar memiliki kecenderungan untuk terikat secara emosional dengan idola maupun teks budaya. Perspektif ini fokus pada bagaimana perasaan kolektif diciptakan dalam sebuah *fandom* (Truran, 2022). Terakhir adalah perspektif spasial dan ruang ketiga. Fandom atau lingkungan kepenggemaran dimaknai sebagai ruang sosial alternative yang merupakan tempat terjadinya negosiasi makna bagi para penggemar. Adapun teori pendukung dari perspektif ini adalah argumen Homi K. Bhabha tentang ruang ketiga yang memandang bahwa ruang (*fandom*) merupakan tempat di mana seseorang (penggemar) dapat menciptakan identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitar (Lombu et al., 2019).

### **1.5.2.2 Orientasi Pengguna Media**

Pesatnya perkembangan media di era digital ini melahirkan sekaligus menghidupkan kembali berbagai teori yang relevan dengan perkembangan media. Salah satu teori ilmu komunikasi yang erat dengan perkembangan dan penggunaan media adalah teori *uses and gratification* yang pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori yang secara harfiah berarti teori kegunaan dan kepuasan ini secara umum menjelaskan mengapa dan bagaimana orang menggunakan media. Teori ini memiliki argumen utama bahwa setiap orang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan tertentu. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna

media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Rohmah, 2020).

Argumen serta poin utama dari teori milik Herbert dan Katz tentang kegunaan dan kepuasan merupakan hal yang menarik bagi peneliti pribadi. Peneliti tertarik untuk menggunakan teori ini dengan alasan adanya keselarasan antara argumen dari teori tersebut dengan kecenderungan perilaku penggemar dalam melakukan kegiatan pengidolaan. Jika disesuaikan dengan konteks penelitian ini, makna media pada teori tersebut dapat diperluas. Status media tidak hanya sebagai produk dan instrumen dari perkembangan teknologi melainkan sebagai figur yang ada di media (idola) dan pesan yang disampaikan oleh figur tersebut. Jadi, dapat dimengerti bahwa pada penelitian ini makna kata media dapat dipahami sebagai sosok idola sebagai figur yang hadir di media maupun sebuah kegiatan pengidolaan.

Salah satu argumen menarik yang disampaikan dalam teori ini adalah keberadaan media sebagai sarana pemenuh kebutuhan audiens. Teori ini mengklasifikasikan kebutuhan audiens yang dapat dipenuhi lewat media menjadi 5 jenis. Pertama adalah *cognitive needs* atau kebutuhan kognitif yang berarti kebutuhan akan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kedua adalah *affective needs* atau kebutuhan afektif yang berkaitan dengan kebutuhan akan identitas pribadi untuk membentuk jati diri atau sekadar memahami diri sendiri. Ketiga adalah *personal integrative needs* atau kebutuhan pribadi secara integratif, dapat diartikan sebagai kebutuhan akan hiburan bersifat relaksasi guna meneguhkan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Keempat adalah *sosial integrative needs* atau kebutuhan sosial secara integratif yang berarti perlunya ada pemenuh kebutuhan interaksi dan integrasi sosial guna merasa terhubung dengan orang lain. Terakhir adalah *escapist needs* atau kebutuhan pelepasan yang artinya setiap manusia membutuhkan suatu pelarian untuk menepi sejenak dari sebuah masalah, tekanan, atau kenyataan hidup (Rohmah, 2020).

Teori *uses and gratification* menempatkan audiens atau khalayak sebagai pihak yang aktif. Teori ini juga menganggap bahwa audiens atau pengguna media secara sadar memanfaatkan media sebagai instrumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Meski media bisa dibilang menjadi salah satu kata kunci dalam teori ini, pada kenyataannya teori ini memiliki pendekatan yang memungkinkan audiens untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau dikonsumsi. Audiens memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi pesan dan

mengimplementasikan pesan tersebut ke dalam kehidupannya. Secara garis besar, teori ini tidak menitikberatkan pada bagaimana media mengubah sikap dan perilaku seseorang, melainkan lebih menyoroti bagaimana media beserta figur yang ada di dalamnya memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial dari audiens (Rohmah, 2020).

### 1.5.2.3 Industri *Idol Group* Multinasional

Kehadiran JKT48 sebagai idol group di Indonesia dengan membawa kultur Jepang yang kental dalam perjalanannya bukan tanpa alasan. JKT48 lahir dari hasil ekspansi “*sister group*”-nya yaitu AKB48 di Jepang yang menjadikan JKT48 sebagai *sister group* AKB48 pertama di luar Jepang setelah sebelumnya. Singkatnya, JKT48 merupakan “cabang” *idol group* di Indonesia yang berasal dari Jepang (Gunadi, 2023). Sebelum melakukan ekspansi keluar Jepang, AKB48 telah terlebih dahulu melahirkan *sister group* di Jepang yaitu SKE48, NMB48, HKT48, NGT48, dan STU48. Baru setelah lahirnya JKT48, AKB48 melakukan ekspansi di negara Asia lain seperti Thailand (CGM48 dan BNK48), Taiwan (TPE48), Filipina (MNL48), Tiongkok (SNH48), India (DEL48 dan MUM48), Vietnam (SGO48), dan yang terbaru adalah Malaysia yaitu KLP48.

Fenomena *franchise idol group* ini merupakan sesuatu yang menarik karena pada prakteknya, kultur Jepang berhasil diterima dengan baik dan menyesuaikan diri dengan kultur negara tempat *franchise idol group* tersebut berada. Sebagai contoh, penggemar JKT48 di Indonesia maupun penggemar BNK48 di Thailand mau tidak mau mengikuti budaya yang dibawa oleh grup idola kesayangannya hingga pada akhirnya hal tersebut membuat sebuah budaya penggemar yang kurang lebih mirip di setiap negaranya. Hanya saja menurut pengamatan peneliti, penggemar di Indonesia memiliki budaya penggemar yang paling beragam dibandingkan negara-negara lain yang memiliki *franchise 48 Group*.

Budaya penggemar adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu-individu dalam suatu fandom (Sa'diyah, 2019). Salah satu alasan hal tersebut dapat terjadi adalah perpaduan budaya Indonesia dan Jepang yang dapat membaur dengan baik sehingga menciptakan budaya penggemar yang beragam, beberapa di antaranya seperti pantun dari *fans* ke *member* saat pertunjukkan *theater*, *project* dari *fanbase* ketika salah seorang *member* berulang tahun, budaya *chant* atau teriakan dari fans saat pertunjukkan berlangsung, dan masih banyak lagi. Budaya-

budaya penggemar grup idola seperti itu menjadi menarik karena tidak dapat ditemui pada fandom *entertainer* lain di Indonesia.

#### **1.5.2.4 Loyalitas Penggemar *Idol Group* di Indonesia**

Dalam perkembangannya, loyalitas dan grup idola adalah dua hal yang seakan telah menjadi sebuah kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Ketika ada seseorang yang mengidolakan sebuah grup idola, biasanya kegiatan *idoling* tersebut akan berlangsung dalam waktu yang lama dan juga dilakukan secara intens. Loyalitas dan fanatisme penggemar *idol group* ini seolah sudah di-*design* sedemikian rupa sehingga membentuk budaya penggemar yang sangat kuat. Hal tersebut sangat mungkin terjadi mengingat bahwa pada dasarnya, sebuah grup idola menjadikan loyalitas dan fanatisme penggemarnya sebagai alat untuk bertahan hidup di industri. Para *fans* mengekspresikan loyalitasnya melalui kepemilikan terhadap koleksi album, barang-barang tertentu, atau mendatangi konser-konser idola (Riona & Krisdinanto, 2021). Menurut pengamatan peneliti dalam dua tahun terakhir, ditemukan fakta bahwa loyalitas penggemar grup idola di Indonesia berada pada tingkat fanatik. Hal tersebut dipandang dari kehadiran rutin penggemar di *event*, materi yang dikeluarkan, kegiatan *fanbase*, dan karya penggemar yang didedikasikan kepada grup idola yang digemari.

Loyalitas tinggi yang ditunjukkan penggemar *idol group* di Indonesia didasari oleh rasa cinta mereka terhadap budaya *idoling* itu sendiri. Selain itu, kecintaan terhadap grup idola dan para anggotanya juga dapat dijadikan alasan dibalik loyalitas seorang penggemar. Lebih dari itu, tidak sedikit penggemar grup idola di Indonesia yang memaknai budaya *idoling* sebagai sesuatu yang sangat berpengaruh dalam hidup mereka. Energi dan semangat yang dihadirkan oleh *idol group* kesayangan mereka menjadi sesuatu yang selalu diharapkan pada setiap pertemuan. Fenomena seperti ini sudah menjadi sebuah kultur atau budaya dalam ranah grup idola di Indonesia. Sebuah penelitian yang meneliti tentang pemaknaan *fans* terhadap idolanya menyatakan bahwa dengan melihat perjuangan yang dilakukan oleh idolanya, para informan termotivasi untuk berusaha lebih keras dan tidak mudah putus asa dalam upayanya untuk menggapai cita-cita yang diinginkan (Zahra, 2019). Jika diibaratkan dengan hubungan timbal balik, dukungan yang diberikan oleh penggemar akan dibalas dengan energi dan semangat oleh *idol group* yang diidolakan. Hal tersebut yang dapat memberikan implikasi berupa semangat

dan motivasi bagi para penggemar dan pada akhirnya siklus tersebut akan terus berulang hingga pada akhirnya membentuk suatu loyalitas.

## **1.6 Metode**

Setiap penelitian tidak akan terlepas dari data, mulai dari jenis data, pengumpulan data, hingga pengolahan data. Oleh karena itu peneliti memerlukan cara atau metode yang digunakan untuk memenuhi segala hal yang berkaitan dengan data yang digunakan untuk keperluan penelitian ini. Adapun pembagian tahapan metode tersebut adalah sebagai berikut.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana berfokus pada kualitas data yang disajikan dibanding kuantitas atau data berbentuk angka. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif salah satunya karena pada penelitian ini peneliti berusaha mencari tahu dan melakukan pendalaman terhadap bagaimana penggemar atau *fans* memaknai sebuah pesan yang mereka terima dari grup idola mereka. Penelitian ini juga memiliki fokus untuk mencari pemaknaan mendalam dari setiap narasumber/informan yang menjadi subjek penelitian, dengan begitu metode pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang paling tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan. Beberapa cara yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah dengan melakukan wawancara dengan metode *in depth interview* dan *focus group discussion*. Salah satu makna dari wawancara sendiri yaitu sebuah proses tanya jawab lisan yang memungkinkan dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu objek (Drg. K.R. Soegijono, MS, 1993). Adapun metode lain yang coba peneliti gunakan dalam pengumpulan data adalah dengan melakukan beberapa jenis observasi yaitu observasi partisipatif, berjarak, dan digital.

#### **1.6.1.2 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Menyesuaikan dengan rencana awal, penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2024 hingga bulan Maret 2025. Sementara, lokasi penelitian ini bertempat di Daerah Istimewa

Yogyakarta, namun terbuka peluang yang cukup lebar untuk memperluas lokasi penelitian ke kota lain mengingat kondisi demografi penggemar JKT48 yang tersebar di seluruh Indonesia khususnya Pulau Jawa.

Sejauh ini beberapa tahapan yang peneliti telah rencanakan adalah sebagai berikut. Langkah pertama adalah melakukan pengamatan serta observasi terhadap situasi dan kondisi fandom JKT48 terkini, hal tersebut dilakukan untuk menjaga kesesuaian topik penelitian dengan fenomena yang diteliti. Langkah kedua adalah dengan menentukan narasumber. Proses penentuan narasumber ini meliputi pemilihan jenis narasumber baik yang terikat dengan suatu komunitas maupun independen, dan penentuan lokasi tempat narasumber tinggal. Langkah ketiga adalah melakukan pengumpulan data dengan menggunakan berbagai metode yang telah disampaikan sebelumnya. Langkah terakhir adalah melakukan pengolahan data yang telah terkumpul, data-data tersebut dapat berupa rekaman wawancara, transkrip wawancara, dokumentasi kegiatan pengumpulan data, dan dokumentasi pendukung lainnya.

### **1.6.1.3 Informan**

Penelitian ini fokus melakukan pendalaman terhadap penggemar sebuah grup idola bernama ternama JKT48. Secara resmi, penggemar JKT48 sendiri disebut sebagai *Fans* JKT48 (FJKT), namun sejak awal kemunculannya, para penggemar grup ini dikenal dengan sebutan *Wota*. Sebutan tersebut kerap kali disematkan kepada seseorang yang menggemari budaya Idol Jepang secara keseluruhan. Walau kebanyakan orang awam mengenal penggemar JKT48 dengan sebutan *Wota*, tidak sedikit penggemar yang kurang nyaman dengan julukan tersebut. Penggemar JKT48 lebih mengakui bahwa dirinya hanya sekadar penggemar atau *fans* dibandingkan menjadi seorang penggemar yang dijuluki sebagai *Wota* (Mulya, 2019).

Sebagai sumber data utama pada penelitian ini, peneliti melibatkan enam penggemar JKT48 yang berasal dari berbagai komunitas. Proses penentuan informan riset dilakukan secara bertahap. Posisi peneliti yang juga merupakan bagian dari lingkungan kepenggemaran JKT48 turut memudahkan peneliti dalam mengumpulkan informan penelitian ini. Mekanisme penentuan informan riset dilakukan dengan cara melakukan seleksi kepada calon informan yang merupakan penggemar JKT48. Seleksi dilakukan di beberapa event JKT48 dengan mempertimbangkan beberapa aspek dari informan di antaranya seperti pengalaman *idoling*, tingkat fanatisme yang ditentukan dari jumlah pengeluaran dan seberapa sering informan

tersebut mengikuti *event* JKT48, dan kemampuan *story telling*. Proses seleksi dilakukan pada periode bulan Desember 2023 hingga Juli 2024. Adapun waktu pengumpulan data dari informan dilakukan pada bulan November 2024 hingga Januari 2025.

Berikut adalah daftar rencana informan yang peneliti libatkan pada penelitian ini.

**Tabel 1.2 - Informan**

<b>Nama</b>	<b>Umur</b>	<b>Komunitas</b>
Yudha	21	YK48Team
Fathan	26	Jakal Atas Crew 48
Rif'an	22	Independen
Feby	23	YK48Team
Tyas	31	Independen
Yessy	22	Christyzer

## **1.6.2 Metode Analisis Data**

### **1.6.2.1 Jenis Data**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara (*in depth interview*), *focus group discussion*, observasi partisipatif dan berjarak kepada penggemar JKT48 di Daerah Istimewa Yogyakarta baik yang tergabung dalam komunitas regional Yogyakarta 48 Team maupun penggemar independen yang tidak terafiliasi dengan komunitas tertentu. Beberapa bentuk data primer yang memungkinkan untuk dikumpulkan adalah rekaman suara dari wawancara, transkrip wawancara, dokumentasi kegiatan pengumpulan data baik saat wawancara perseorangan maupun ketika melakukan *focus group discussion*, dan dokumentasi pendukung berupa foto yang menunjukkan bukti bahwa narasumber merupakan bagian dari kelompok fans, bukti tersebut dapat berupa interaksi narasumber dengan idolanya maupun *merchandise* yang dimiliki. Data sekunder pada penelitian kali ini dikumpulkan melalui penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik, dan juga arsip atau dokumen relevan yang dimiliki para penggemar JKT48.

### **1.6.2.2 Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi penggemar. Analisis resepsi sendiri dapat diartikan sebagai sebuah metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana audiens atau sebuah kelompok memaknai sebuah pesan dari kelompok, grup, atau entitas lain. Adapun tahapan analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut.

#### **1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah sebuah proses mengubah data yang sebelumnya masih bersifat mentah dan kompleks menjadi data yang lebih sederhana agar mudah dipahami pembaca. Pada penelitian kualitatif seperti ini, proses reduksi data menjadi penting karena data yang sudah terkumpul dari wawancara memiliki kuantitas yang sangat banyak namun tidak semua relevan/layak disajikan, oleh karena itu proses reduksi dilakukan untuk menyaring keseluruhan data sehingga terkumpul data yang relevan. Mengumpulkan poin penting dari data mentah adalah tujuan utama dari proses ini. Adapun teknik yang peneliti gunakan pada proses ini adalah *color coding*.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menampilkan data yang sebelumnya sudah melewati proses reduksi sehingga data yang disajikan sudah berbentuk data yang mudah dipahami. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada pembaca sehingga mereka dapat dengan mudah memahami temuan dan hasil penelitian. Adapun metode penyajian data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penyajian data menggunakan metode tersebut bersifat naratif deskriptif serta menggunakan gambar untuk memperjelas konteks pembahasan.

## 3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah bagian akhir penelitian yang di dalamnya terdapat rangkuman dari temuan utama, jawaban atas pertanyaan penelitian, dan segala hal yang menjadi poin penting pada sebuah penelitian. Kesimpulan juga dapat berisi saran/rekomendasi dari peneliti untuk penelitian selanjutnya. Bagian ini menjadi penting karena dapat membantu pembaca untuk memahami hasil penelitian dengan mudah.

### 1.6.3 Jadwal Penelitian

**Tabel 1.3 - Jadwal Penelitian**

No	Aktivitas	Bulan					
		Sep- Nov	Nov- Des	Jan	Feb- Mar	Apr	Apr
1	Finalisasi Proposal						
2	Pengumpulan Data						
3	Analisis Data						
4	Penyusunan Hasil Analisis						
5	Pengujian Hasil Analisis						
6	Revisi						

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 2.1 Grup Idola JKT48

Dari pembahasan yang telah ditulis sebelumnya, ditentukan beberapa objek yang dilibatkan pada penelitian ini, salah satunya adalah grup idola JKT48. Jakarta 48 atau JKT48 adalah sebuah grup idola yang berasal dari Indonesia lebih tepatnya Daerah Khusus Jakarta. Grup ini didirikan oleh tiga sosok utama yang terdiri dari produser sekaligus penulis lagu asal Jepang, Yasushi Akimoto serta dua pengusaha asal Indonesia yaitu Harris Thajeb dan Reino Barrack pada 17 Desember 2011, setiap tanggal 17 Desember setiap tahunnya pula diperingati dengan perayaan ulang tahun JKT48 yang biasanya dibarengi dengan konser bertajuk JKT48 *Anniversary*. Sebagai sebuah grup idola, JKT48 menganut konsep *Idol You Can Meet*. Dengan konsep tersebut, para penggemar dapat merasakan pengalaman interaksi yang intens dan personal dengan para anggota JKT48. Selain itu, konsep tersebut memungkinkan penggemar untuk dapat mengikuti pertumbuhan dan perkembangan anggota yang mereka idolakan secara detail dan seksama. Beberapa sarana kegiatan yang dapat diikuti *fans* untuk dapat mengikuti perkembangan idola mereka antara lain seperti menonton pertunjukan teater yang rutin diadakan setiap minggu di Theater JKT48, mengikuti event *Meet and Greet*, *video call*, dan *event* khusus anggota *official fans club*. Secara struktur keanggotaan, JKT48 memiliki konsep regenerasi yang mana memungkinkan grup ini untuk selalu memiliki anggota aktif meski dalam setiap waktunya terdapat anggota yang memutuskan untuk keluar dari grup ini baik melalui jalur *resign* maupun *graduation*. *Resign* adalah istilah yang biasa digunakan untuk anggota yang memutuskan diri untuk mengundurkan diri dari JKT48, sedangkan *graduation* adalah serangkaian prosesi kelulusan anggota yang telah menyatakan kelulusannya untuk keluar dari JKT48. Regenerasi dalam grup idola ini penulis ibaratkan sebagai pemindahan tongkat estafet dari generasi sebelumnya kepada anggota generasi selanjutnya. Pada awal kemunculannya pada tahun 2011, JKT48 beranggotakan 28 orang generasi 1 dan hingga saat tulisan ini ditulis, JKT48 telah memiliki 12 generasi serta 52 anggota aktif yang terdiri dari *member* inti dan *member trainee*. *Member* inti adalah sebutan untuk anggota yang sebelumnya telah melalui masa pelatihan sedangkan *member trainee* adalah sebutan untuk anggota yang sedang berada dalam masa

pelatihan, saat dirasa sudah cukup matang, *member trainee* akan dipromosikan sebagai *member inti* JKT48.

Dalam perjalanannya, JKT48 telah mengalami beberapa perubahan, salah satunya terkait dengan konsep tim. Pada awal kemunculannya, grup idola ini menganut konsep tim yang terbagi menjadi tiga kesatuan, ketiga tim tersebut adalah Tim J, Tim K3, dan Tim T. Tim J dibentuk pada tanggal 23 Desember 2012 dan dibubarkan pada tanggal 14 Maret 2021, Tim K3 dibentuk pada tanggal 25 Juni 2013 dan dibubarkan pada tanggal 14 Maret 2021, sedangkan Tim T dibentuk pada tanggal 26 Januari 2015, dibubarkan pada tanggal 31 Desember 2019, kemudian diaktifkan kembali pada tanggal 22 Agustus 2020 dan dibubarkan kembali pada tanggal 12 Maret 2021. Pembubaran skema tim yang ada di JKT48 tidak terjadi tanpa alasan, pandemi Covid-19 yang hampir menyebabkan JKT48 bubar mengharuskan grup idola ini melakukan restrukturisasi atau pemecatan anggota dalam skala besar sehingga tidak memungkinkan untuk tetap mempertahankan konsep tim dalam grup idola ini. Sejak tahun 2021 hingga saat ini, JKT48 mengusung konsep program kerja “*New Era*” yang mana pada pelaksanaannya, JKT48 menghapus konsep tim dan menjadi sebuah kesatuan di bawah nama JKT48. Pada awal pelaksanaan program kerja *New Era* pada tahun 2021, terdapat 33 anggota yang bertahan dari restrukturisasi atau pengurangan *member* skala besar yang terjadi pada awal tahun 2021. Saat ini, JKT48 masih mempertahankan konsep *New Era* dan memiliki 52 member aktif yang terbagi menjadi dua klasifikasi anggota yaitu *member inti* dan *member pelatihan* atau biasa disebut *trainee*.

Jika membahas lebih dalam tentang grup idola satu ini, tentunya kita tidak menafikan pembahasan mengenai prestasi dan karya yang telah ditorehkan oleh grup ini. Sejak awal kemunculannya pada tahun 2011, JKT48 telah berhasil meraih banyak penghargaan di industri music tanah air. Beberapa penghargaan bergengsi yang berhasil didapatkan grup idola ini antara lain sebagai Pendatang Baru Terdahsyat Dahsyatnya Award 2013, *Celeb with Most Die-Hard Fans* Yahoo OMG! Awards 2013, lagu “*River*” yang berhasil meraih penghargaan Karya Produksi grup Vokal Terbaik Anugerah Musik Indonesia 2014, Grup Vokal Pop Terbaik AMI 2015, dan bahkan pada tahun 2022, JKT48 berhasil menyanding titel *Group Of The Year Indonesian Music Awards* setelah berhasil mengalahkan grup legendaris dan ternama tanah air seperti Noah dan Dewa 19.





Hingga saat ini, JKT48 memiliki lebih dari 300 lagu yang telah dirilis di berbagai *platform* musik digital seperti Spotify, Youtube Music, Joox, dan lain-lain. Dari 300 lebih lagu yang telah dirilis tersebut, kebanyakan merupakan hasil dari proses penyaduran lagu milik grup idola saudari JKT48 asal Jepang yaitu AKB48. Meski begitu, bukan berarti JKT48 tidak memiliki karya lagu sendiri. Pada tahun 2020, JKT48 merilis *single* ke-21 yang sekaligus merupakan lagu original pertama mereka dengan judul “Rapsodi” yang dibawakan oleh 16 personil. Selanjutnya, pada tahun 2022, JKT48 kembali merilis lagu *original* kedua yang berjudul “*Flying High*”, lagu ini dibawakan oleh 9 member. Terakhir, pada tahun 2024, grup idola ini merilis lagu original ketiga mereka dengan judul “*Magic Hour*” yang dibawakan oleh 12 member pilihan yang sebelumnya telah ditentukan oleh manajemen JKT48 yang biasa disebut JOT atau kepanjangan dari JKT48 *Operational Team*.









Berbicara tentang manajemen JKT48, grup idola satu ini memiliki struktur manajemen yang cukup unik, terdapat beberapa jabatan yang memegang peranan sentral dalam jalannya segala kegiatan dari grup idola ini. Beberapa posisi utama dalam manajemen grup idola ini adalah *General Manager* JKT48 yang saat ini dipegang oleh Fritz Fernandez dan *General Manager Theater* yang dipegang oleh Melody Laksani sebagai kepala dan Shani Indira Natio sebagai wakil. Kedua posisi spesifik tersebut memiliki peran sentral dalam perjalanan grup idola ini, kedua posisi tersebut juga merupakan bagian dari JKT48 *Operational Team* atau banyak penggemar biasa menyebutnya dengan JOT. Secara rinci, JKT48 *Operational Team* adalah sebuah tim manajemen yang bertanggung jawab atas operasional sehari-hari dan pengelolaan grup idola JKT48. Peran JOT sangat penting dalam memastikan grup berjalan dengan lancar, mulai dari mengatur jadwal, menentukan konsep pertunjukan, mengelola anggota, hingga merancang strategi pemasaran yang tepat untuk kemajuan grup ini. Tidak jarang pula JOT menjadi pihak yang melakukan evaluasi berupa teguran maupun sanksi terhadap segala tindakan tidak sesuai yang dilakukan penggemar maupun *member* JKT48 itu sendiri.

Perlu diketahui pula bahwa keberadaan JKT48 sebagai grup idola di Indonesia adalah bagian dari franchise 48 grup yang pertama kali diprakarsai oleh grup idol grup asal Jepang, yaitu Akihabara 48 atau AKB48. AKB48 sendiri dibentuk oleh Yasushi Akimoto pada tahun 2005 dan masih aktif hingga saat ini. Dalam perjalanannya, AKB48 sebagai grup pertama dari waralaba grup idola 48 *Group* telah memiliki banyak *sister group* yang tersebar di beberapa









negara. Beberapa *sister group* dari AKB48 yang juga merupakan bagian dari franchise 48 *Group* antara lain JKT48 (Indonesia), CGM48 dan BNK48 (Thailand), TPE48 (Taiwan), MNL48 (Filipina), SNH48 (Tiongkok), dan yang terbaru adalah KLP48 yang berasal dari Malaysia. Adapun beberapa *sister group* dari AKB48 yang sudah berstatus tidak aktif antara lain SGO48 (Vietnam), DEL48 dan MUM48 (India). *Franchise 48 Group* yang telah menjangkau beberapa negara di Asia membuktikan bahwa keberadaan *idol group* sebagai sebuah budaya populer telah menjadi sebuah industri. Hal tersebut tidak terjadi tanpa alasan, dari pengamatan yang peneliti lakukan, ditemukan fakta bahwa penggemar sebuah grup idola memiliki tingkat fanatisme yang sangat tinggi. Loyalitas yang mereka tunjukkan dalam bentuk dukungan moril serta materi seakan menjadi bahan bakar bagi sebuah grup idola untuk tetap eksis.

**Tabel 2.1 - Anggota JKT48**





Anggota	Biodata	Anggota	Biodata
	Nama Panggung: Adel Nama Asli: Reva Fidela Tanggal Lahir: 14 Juli 2006 Tinggi Badan: 159 cm Kebangsaan: Indonesia		Nama Panggung: Amanda Nama Asli: Amanda Sukma Puspawati Tanggal Lahir: 17 Desember 2004 Tinggi Badan: 160 cm Kebangsaan: Indonesia
	Nama Panggung: Callie Nama Asli: Callista Alifia Tanggal Lahir: 8 Agustus 2005 Tinggi Badan: 157 cm Kebangsaan: Indonesia		Nama Panggung: Christy Nama Asli: Angelina Christy Tanggal Lahir: 5 Desember 2005 Tinggi Badan: 163 cm Kebangsaan: Indonesia

	<p>Nama Panggung: Eli  Nama Asli:  Helisma Putri  Tanggal Lahir:  15 Juni 2000  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Ella  Nama Asli: Gabriela Abigail  Tanggal Lahir:  7 Agustus 2006  Tinggi Badan:  160 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Feni  Nama Asli: Feni Fitriyanti  Tanggal Lahir:  16 Januari 1999  Tinggi Badan:  162 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Fiony  Nama Asli: Fiony Alveria  Tanggal Lahir:  4 Februari 2002  Tinggi Badan:  158 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Flora  Nama Asli:  Flora Shafiqah  Tanggal Lahir:  4 April 2005  Tinggi Badan:  149 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Freya  Nama Asli:  Freya Jayawardana  Tanggal Lahir:  13 Februari 2006  Tinggi Badan:  154 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Gita  Nama Asli: Gita Sekar  Andarini  Tanggal Lahir:  30 Juni 2001  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Gracia  Nama Asli: Shania Gracia  Tanggal Lahir:  31 Agustus 1999  Tinggi Badan:  161 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>

	<p>Nama Panggung: Gracie  Nama Asli: Grace Octaviani  Tanggal Lahir:  18 Oktober 2007  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Greesel  Nama Asli: Greesella Adhalia  Tanggal Lahir:  10 Januari 2006  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Indah  Nama Asli: Indah Cahya  Tanggal Lahir:  20 Maret 2001  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Indira  Nama Asli: Indira Putri  Tanggal Lahir:  26 April 2004  Tinggi Badan:  160 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Jessi  Nama Asli:  Jessica Chandra  Tanggal Lahir:  23 September 2005  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Kathrina  Nama Asli:  Kathrina Irene  Tanggal Lahir:  26 Juli 2006  Tinggi Badan:  165 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Lia  Nama Asli:  Aurellia  Tanggal Lahir:  29 Oktober 2002  Tinggi Badan: 155 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Lulu  Nama Asli:  Lulu Salsabila  Tanggal Lahir:  23 Oktober 2002  Tinggi Badan:  157 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>

	<p>Nama Panggung: Lyn  Nama Asli:  Jesslyn Elly  Tanggal Lahir:  13 September 2001  Tinggi Badan:  155 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Marsha  Nama Asli:  Marsha Lenathea  Tanggal Lahir:  9 Januari 2006  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Muthe  Nama Asli:  Mutiara Azzahra  Tanggal Lahir:  12 Juli 2004  Tinggi Badan:  158 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Olla  Nama Asli:  Febriola Sinambela  Tanggal Lahir:  26 Februari 2005  Tinggi Badan:  154 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Oniel  Nama Asli:  Cornelia Vanisa  Tanggal Lahir:  26 Juli 2002  Tinggi Badan:  162 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Raisha  Nama Asli:  Raisha Syifa  Tanggal Lahir:  11 November 2007  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Alya  Nama Asli:  Alya Amanda  Tanggal Lahir:  26 Agustus 2006  Tinggi Badan:  165 cm</p>		<p>Nama Panggung: Anin  Nama Asli:  Anindya Ramadhani  Tanggal Lahir:  18 Oktober 2005  Tinggi Badan:  154 cm</p>

	Kebangsaan: Indonesia		Kebangsaan: Indonesia
	Nama Panggung: Aralie Nama Asli: Abigail Rachel Tanggal Lahir: 6 Agustus 2008 Tinggi Badan: 161 cm Kebangsaan: Indonesia		Nama Panggung: Cathy Nama Asli: Cathleen Nixie Tanggal Lahir: 28 Mei 2009 Tinggi Badan: 158 cm Kebangsaan: Indonesia
	Nama Panggung: Chelsea Nama Asli: Chelsea Davina Tanggal Lahir: 23 Desember 2009 Tinggi Badan: 168cm Kebangsaan: Indonesia		Nama Panggung: Cynthia Nama Asli: Cynthia Yaputera Tanggal Lahir: 22 November 2003 Tinggi Badan: 158 cm Kebangsaan: Indonesia
	Nama Panggung: Daisy Nama Asli: Desy Natalia Tanggal Lahir: 16 Desember 2005 Tinggi Badan: 165 cm Kebangsaan: Indonesia		Nama Panggung: Danella Nama Asli: Dena Natalia Tanggal Lahir: 16 Desember 2005 Tinggi Badan: 162 cm Kebangsaan: Indonesia

	<p>Nama Panggung: Delynn  Nama Asli:  Adeline Wijaya  Tanggal Lahir:  1 September 2007  Tinggi Badan:  167 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Elin  Nama Asli:  Celline Thefani  Tanggal Lahir:  9 April 2007  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Erine  Nama Asli:  Catherina Vallencia  Tanggal Lahir:  21 Agustus 2007  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Fritzy  Nama Asli:  Fritzy Rosmerian  Tanggal Lahir:  28 Juli 2008  Tinggi Badan:  157 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Ribka  Nama Asli:  Ribka Budiman  Tanggal Lahir:  13 Januari 2009  Tinggi Badan:  163 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Trisha  Nama Asli:  Jazzlyn Trisha  Tanggal Lahir:  16 Februari 2011  Tinggi Badan:  164 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Gendis  Nama Asli:  Gendis Mayrannisa  Tanggal Lahir:  23 Juni 2010  Tinggi Badan:  160 cm</p>		<p>Nama Panggung: Kimmy  Nama Asli:  Victoria Kimberly  Tanggal Lahir:  8 Maret 2010  Tinggi Badan:  158 cm</p>

	Kebangsaan: Indonesia		Kebangsaan: Indonesia
	<p>Nama Panggung: Lana</p> <p>Nama Asli: Aurhel Alana</p> <p>Tanggal Lahir: 14 September 2006</p> <p>Tinggi Badan: 163 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Levi</p> <p>Nama Asli: Michelle Levia</p> <p>Tanggal Lahir: 24 Januari 2009</p> <p>Tinggi Badan: 168 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Lily</p> <p>Nama Asli: Hillary Abigail</p> <p>Tanggal Lahir: 19 Oktober 2007</p> <p>Tinggi Badan: 160 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Michie</p> <p>Nama Asli: Michelle Alexandra</p> <p>Tanggal Lahir: 22 April 2009</p> <p>Tinggi Badan: 160 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Moreen</p> <p>Nama Asli: Letycia Moreen</p> <p>Tanggal Lahir: 7 Juni 2010</p> <p>Tinggi Badan: 160 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Nachia</p> <p>Nama Asli: Nina Tutachia</p> <p>Tanggal Lahir: 16 Oktober 2009</p> <p>Tinggi Badan: 162 cm</p> <p>Kebangsaan: Indonesia</p>

	<p>Nama Panggung: Nala  Nama Asli:  Shabilqis Naila  Tanggal Lahir:  1 September 2008  Tinggi Badan:  160 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Nayla  Nama Asli:  Nayla Suji  Tanggal Lahir:  18 Juni 2007  Tinggi Badan:  161cm  Kebangsaan: Indonesia</p>
	<p>Nama Panggung: Oline  Nama Asli:  Oline Manuel  Tanggal Lahir:  3 November 2007  Tinggi Badan:  167 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>		<p>Nama Panggung: Regie  Nama Asli:  Regina Wilian  Tanggal Lahir:  10 Desember 2009  Tinggi Badan:  169 cm  Kebangsaan: Indonesia</p>

## 2.2 Penggemar JKT48

Dari uraian yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat dimengerti bahwa objek utama pada penelitian ini adalah penggemar grup idola JKT48 atau biasa dikenal dengan sebutan Wota. Istilah Wota berasal dari kata otaku yang dalam kultur Jepang dapat dimaknai sebagai seseorang yang menggemari sebuah hobi, topik, dan tema tertentu (Al-Farouqi, Sutrisno, & Riswandi, 2020). Otaku juga memiliki arti lain yaitu sebutan untuk seseorang yang memiliki ketertarikan berlebih terhadap sesuatu baik yang bersifat empiris maupun non-empiris/imajiner. Seorang otaku kerap kali menekuni suatu topik/hobi untuk mencari kebahagiaan dari idola, karakter, maupun barang yang mereka senangi (Gaffardan, Fatgehipon, & Hidayat, 2024). Istilah Wota kerap kali disematkan kepada penggemar idol grup di Indonesia tidak terkecuali kepada penggemar JKT48. Meski begitu, predikat tersebut tidak sepenuhnya benar karena mengacu kepada penuturan yang pernah disampaikan oleh member JKT48 sendiri bahwa sebutan resmi untuk seseorang yang mengidentifikasi diri mereka sebagai penggemar JKT48 adalah FJKT48 yang merupakan kepanjangan dari Fans JKT48. Walau pada dasarnya Wota dan FJKT48 memiliki arti dan definisi yang berbeda, tidak sedikit penggemar JKT48 yang menyebut diri mereka sebagai wota. Dalam perkembangannya, penyebutan penggemar JKT48 sebagai Wota juga tidak dapat disalahkan karena hal tersebut telah menjadi sesuatu yang umum dan seolah bagaikan dua kata yang memiliki arti sama di mata masyarakat awam.

Sejak awal kemunculan JKT48 pada akhir tahun 2011, grup idola asal Jakarta ini telah melahirkan banyak karya dan prestasi. Selain itu, grup idola ini juga memiliki basis penggemar dengan kuantitas dan kualitas yang sangat baik. Pada tahun 2022 dalam acara Asia Pacific Media Forum (APMF), Winston Utomo yang menjabat sebagai CEO IDN Media yaitu *company* yang menaungi JKT48 menyatakan bahwa grup idola ini memiliki kurang lebih 15 juta penggemar yang tersebar di seluruh dunia utamanya di Indonesia. Adapun rincian dari total jumlah penggemar tersebut ialah 31 persen penggemar berasal dari generasi milenial dan 69 persen sisanya berasal dari kalangan generasi Z. Selain itu, berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh IDN Media, ditemukan fakta bahwa mayoritas penggemar JKT48 berasal dari kelompok usia remaja mulai dari 15 tahun hingga dewasa berusia 29 tahun. Riset tersebut juga mengungkapkan bahwa saat ini, persentase penggemar JKT48 hampir seimbang jika berbicara soal *gender*, 60 persen penggemar berjenis kelamin laki-laki sementara 40 persen lainnya

berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut merupakan sesuatu yang unik mengingat pada saat awal kemunculannya, JKT48 identik dengan penggemar dari kalangan kaum adam.



Gambar 2.1 - Data Mengenai Fans JKT48 yang Disampaikan oleh CEO IDN Media

(Sumber: Akun X @NagaGiny)

Dalam perjalanannya dari waktu ke waktu, Wota atau FJKT48 telah berkembang sebagai sebuah kelompok penggemar yang menciptakan *fandom* dengan kompleksitas yang tinggi. *Fandom* sendiri dapat dimaknai sebagai sebuah komunitas/lingkungan tempat berkumpulnya beberapa kelompok maupun perseorangan yang menggemari suatu hal. Terbentuknya sebuah *fandom* didasari oleh semangat kolektif dengan tujuan untuk mencari informasi mengenai idola mereka sekaligus sebagai wadah untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lain (Pohan & Gustiana, 2023). Kompleksitas yang peneliti maksud terjadi dalam *fandom* JKT48 adalah begitu banyaknya aspek yang terdapat pada lingkungan kepenggemaran grup idola ini, salah satu yang utama adalah keberadaan *fanbase* atau kelompok penggemar. Dalam *fandom* JKT48, terdapat dua jenis kelompok penggemar, yaitu kelompok penggemar JKT48 secara grup dan *fanbase* oshi atau sebuah kelompok penggemar yang fokus mendukung seorang *member* JKT48. Lebih dalam lagi, saat ini keberadaan *fanbase* JKT48 secara grup tidak hanya menggunakan sistem terpusat melainkan juga menggunakan sistem regional. Salah satu contoh eksistensi *fanbase* regional JKT48 adalah keberadaan Yogyakarta 48 Team, *fanbase* regional tersebut merupakan kelompok penggemar yang menjadi wadah berkumpulnya penggemar JKT48 di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Pada penelitian ini, peneliti juga melibatkan anggota dari *fanbase* regional Yogyakarta 48 Team sebagai salah satu sumber informasi dalam riset ini. Sebagai tambahan informasi, hingga saat tulisan ini dibuat, Yogyakarta 48 Team telah memiliki 949

anggota aktif yang tersebar di seluruh penjuru DIY. Mengingat banyaknya jumlah anggota komunitas ini, tidak sedikit pula sub-komunitas yang akhirnya terbentuk, beberapa di antaranya adalah WotaGama 48, Unisi 48, Jakal Atas Crew 48, Wota ISI, Kasihan 48, dan lain-lain. Seluruh sub-komunitas tersebut terafiliasi kepada *fanbase* regional utama yaitu Yogyakarta 48 Team.



Gambar 2.2 - Data Persebaran Jumlah Penggemar JKT48 di Indonesia

(Sumber: Akun Instagram @48TIME)

Keberadaan kelompok penggemar/*fanbase* pada *fandom* JKT48 menjadi menarik karena dari pengamatan awal yang peneliti lakukan, terdapat banyak hal yang bisa digali dari keberadaan *fanbase* ini. Dari informasi yang peneliti dapatkan dari beberapa informan, terdapat berbagai hal menarik yang dilakukan *fanbase* dalam rangka mendukung JKT48 secara grup maupun *member* idolanya secara personal. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan *fanbase* tersebut meliputi *gathering* internal, iuran bulanan (kas), penjualan *merchandise fanbase*, pengadaan proyek perayaan ulang tahun *member*, kegiatan sosial yang mengatasmakan *fanbase* maupun *member* tertentu, dan masih banyak lagi. Segala kegiatan yang diadakan *fanbase* tersebut dilakukan secara sukarela dan dilakukan atas dasar kecintaan mereka terhadap idolanya. Jika ditinjau dari sudut pandang kajian *fan studies*, berbagai kegiatan yang dilakukan *fanbase* tersebut dapat digolongkan sebagai bentuk dari budaya penggemar yang mana berdampak positif bagi *member* yang didukung maupun JKT48 sebagai sebuah grup idola.

Keberadaan fanbase ini merupakan suatu hal yang sangat lumrah ketika kita membahas tentang sesuatu yang berkaitan dengan pengidolaan atau kepenggemaran. Pada umumnya, penggemar yang memiliki kesamaan kegemaran terhadap sebuah atau seorang idola akan membuat *fanbase* dalam rangka menciptakan wadah komunikasi dan tempat bertukar informasi terkait idola kegemarannya (Aditiyarani & Sinduwiatmo, 2024). Dalam perkembangannya, *fanbase* memiliki peran dan kekuatan yang lebih dari hanya sekadar *audience*, mengambil contoh dari *fanbase-fanbase* yang ada di fandom JKT48, saat ini *fanbase* memiliki peran sebagai *supporter* atau pendukung dari idola yang mereka gemari.

Keberadaan kelompok penggemar/*fanbase* dalam *fandom* JKT48 memang memegang peranan penting dalam dinamika dunia kepenggemaran grup idola ini. Meski begitu, *fanbase* bukan satu-satunya sarana bagi penggemar untuk dapat mendukung dan mengikuti perkembangan idolanya. Tidak sedikit penggemar JKT48 yang memilih untuk tidak terafiliasi kepada sebuah *fanbase* tertentu. Walau tidak bergabung dengan *fanbase*, penggemar yang memilih mendukung dan mengikuti perkembangan idolanya secara perseorangan tersebut tetap dapat menunjukkan totalitas dukungannya dengan cara tersendiri. Beberapa bentuk dari dukungan tersebut adalah pembuatan *dance cover*, *cover song*, dan tidak sedikit pula penggemar yang membuat lagu untuk *member* idolanya. Adapun cara lain yang kerap dilakukan seorang penggemar dalam upayanya untuk mendukung anggota kesukaannya adalah dengan cara menggelontorkan sejumlah uang untuk membeli *voting* yang ditujukan kepada *member* favoritnya dalam *event* pemilihan *member single* JKT48 atau biasa dikenal dengan sebutan *Sousenkyo*. *Sousenkyo* sendiri adalah sebuah *event* yang biasa diadakan oleh seluruh grup idola yang tergabung dalam *franchise 48 groups*. Pada *event* tersebut, para anggota grup idola berlomba mendapat suara tertinggi agar bisa mendapatkan hak untuk membawakan *single* terbaru grup tersebut, umumnya peringkat yang diperebutkan adalah peringkat 1 sampai 16 (Angelica & Fadli, 2023).

Sebagai tambahan, dari observasi awal yang peneliti lakukan terhadap penggemar perseorangan maupun kelompok penggemar JKT48, dimengerti bahwa *fandom* ini memiliki dinamika yang sangat menarik. Salah satu dari bentuk dinamika tersebut adalah keberadaan *fan culture* atau budaya penggemar yang sangat beragam jika ditinjau dari segi bentuk dan jenisnya. Terdapat beberapa *fan culture* yang membuat kelompok penggemar ini menarik, bahkan

beberapa di antaranya sudah mulai dikenal kalangan awam, salah satunya adalah *fan chant* atau teriakan yang biasanya diteriakkan oleh penggemar dan ditujukan kepada idola yang sedang tampil di atas panggung. Selain *fan chant*, terdapat banyak budaya penggemar lain yang menarik untuk digali lebih dalam mengenai motivasi, tujuan, dan filosofi dari budaya-budaya penggemar tersebut.

## **2.3 Profil Informan**

### **1. Fathan**

Fathan Aziz Riyadi adalah salah seorang penggemar JKT48 asal Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Saat ini Ia tengah menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pria berusia 25 tahun tersebut berdomisili di Kabupaten Sleman tepatnya di Jombor. Menurut kesaksiannya, saat ini ia masih mengandalkan kiriman uang dari orang tuanya untuk menjalani aktivitas sehari-hari, termasuk dalam mengikuti grup idola JKT48. Selain mengidolakan JKT48, Fathan memiliki beberapa hobi lain seperti olahraga badminton, mendengarkan musik dari radio maupun *digital platform*. Selain itu, Ia juga memiliki ketertarikan terkait topik yang berkaitan dengan gaya hidup atau *lifestyle*.

### **2. Tyas**

Azizah Sepningtyas atau biasa dipanggil Tyas merupakan seorang penggemar JKT48 asal Kota Malang, Jawa Timur. Tyas merupakan seorang karyawan swasta yang setiap harinya bekerja dari rumah atau biasa kita sebut dengan sebutan *remote working*. Perusahaan tempat tyas bekerja memiliki kantor di Jakarta, tidak jarang Ia berkunjung ke Jakarta untuk keperluan kantor. Dari situ pula awal mula Tyas menjadi penggemar JKT48 yang fanatik seperti sekarang ini. Selain menjadi penggemar JKT48, wanita yang akan menginjak usia 31 tahun tersebut memiliki beberapa hobi lain seperti badminton, melukis, dan bermain drum. Ia juga memiliki ketertarikan terhadap isu sosial yang terjadi baik di Indonesia maupun global. Sebagai salah seorang penggemar JKT48 perempuan, Tyas memiliki perjalanan yang sangat menarik dalam mengikuti dan mendukung grup idola kesayangannya, JKT48.

### **3. Yudha**

Yudha Aria Putra atau biasa dipanggil dengan sebutan Yudha adalah seorang penggemar fanatik JKT48 asal Sleman yang sudah terjun ke dunia idol khususnya *fandom* JKT48 dalam waktu yang sangat lama, terhitung sejak tahun 2011, ini adalah tahun ke-14-nya mengidolakan JKT48. Saat ini, Yudha berstatus sebagai mahasiswa semester 5 di salah satu perguruan tinggi swasta di Sleman. Selain menggemari JKT48, Yudha memiliki hobi lain yaitu olahraga lari. Tidak hanya aktif di *fandom* JKT48, bak seorang penggemar idola sejati, Ia juga aktif dalam *fandom* idol lain seperti Kohi Sekai, Kohi Sekai sendiri merupakan salah satu grup idola lokal asal Yogyakarta yang sedang naik daun di kalangan penggemar idol lokal. Dedikasi dan perjalanan Pria kelahiran 2004 tersebut dalam *fandom* JKT48 sejak 2011 hingga sekarang menjadi suatu hal yang sangat menarik untuk dikupas lebih dalam.

### **4. Rif'an**

Rif'an Tegar Listyawan atau biasa dipanggil Rif'an adalah seorang penggemar JKT48 asal Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Saat ini, Ia sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Indonesia dan sudah memasuki semester 7. Pria berusia 22 tahun tersebut sudah menjadi penggemar JKT48 untuk waktu yang cukup lama, menggemari JKT48 sejak tahun 2016, tahun ini adalah tahun ke-9 Rif'an sebagai FJKT. Selain mengidolakan JKT48, Rif'an memiliki beberapa hobi lain yang cukup unik, yaitu memelihara binatang reptil seperti ular dan iguana. Adapun hobi lain yang ia tekuni adalah memainkan alat musik khususnya gitar, berolahraga *gym*, dan menulis lagu. Meski terpisah jarak dan waktu dengan idolanya, hal tersebut tidak menjadi alasan Rif'an untuk berhenti mengidolakan JKT48. Kisah dan makna pengidolaan Rif'an menjadi sebuah cerita yang sangat menarik untuk diketahui banyak orang, terlebih lagi ketika membahas terkait alasan tentang awal mula pengidolaannya terhadap Zee dan JKT48.

### **5. Yessy**

Yessy Levina Pramesti atau biasa dipanggil Yessy adalah salah seorang woti/penggemar perempuan JKT48 asal Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Saat ini, Yessy berstatus sebagai salah seorang mahasiswi di kampus swasta ternama di Semarang. Wanita berusia 21 tahun tersebut mulai menggemari JKT48 pada akhir tahun 2022 ketika JKT48 mengadakan

*Anniversary Concert di Marina Convention Center, Semarang.* Anak pertama dari tiga bersaudara tersebut termasuk aktif dalam fandom JKT48, salah satu bukti dari hal tersebut adalah kontribusinya dalam *fanbase* salah satu *member*. Menjadi penggemar JKT48 adalah satu-satunya hobi yang ditekuni oleh Yessy, tidak heran jika Yessy sangat terlibat aktif dalam segala dinamika yang terjadi dalam fandom JKT48. Meski tergolong *fans* baru, cerita dan pengalaman Yessy dalam menggemari JKT48 menjadi suatu hal yang sangat menarik untuk diketahui.

## **6. Feby**

Dimas Feby Kurniawan atau biasa dipanggil Feby adalah seorang penggemar fanatik JKT48 asal Kota Semarang, Jawa Tengah. Pria berusia 23 tahun tersebut telah menghabiskan setengah dari umurnya sebagai penggemar JKT48, terhitung sejak tahun 2011, Ia telah mendeklarasikan diri sebagai penggemar grup idola tersebut. Saat ini, Feby menjalani kesehariannya sebagai *customer service* di salah satu *vendor* perusahaan otomotif ternama di Indonesia. Selain menggemari JKT48, Feby memiliki hobi lain seperti *traveling* dan *dance cover*. Keahliannya dalam seni tari juga menjadi alasan mengapa Ia kerap membuat *dance cover* dari lagu JKT48. Kisah Feby selama 13 tahun menjadi penggemar setia JKT48 termasuk pengalaman mengenai dinamika yang Ia rasakan dalam *fandom* menjadi sebuah cerita yang sangat menarik untuk digali lebih dalam.

## **BAB 3**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Pada bagian ini, peneliti akan mengupas lebih dalam sekaligus menguraikan kesaksian beberapa narasumber mengenai kisah, perjalanan, dan pengalaman mereka sebagai penggemar JKT48. Sebelumnya, peneliti telah terlebih dulu mengambil data dari para narasumber menggunakan metode wawancara, dokumentasi, satu sesi *focus group discussion*, dan *in depth interview* yang mana peneliti hadir dan ikut merasakan pengalaman *idoling* yang narasumber rasakan. Peneliti memutuskan untuk mengambil enam narasumber yang terbagi di wilayah yaitu Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kota Semarang. Peneliti memilih enam narasumber utama sebagai sumber data pada penelitian kali ini, keenam narasumber tersebut peneliti pilih berdasarkan kriteria yang peneliti tentukan. Keenam narasumber tersebut memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda sehingga dapat menghasilkan data penelitian yang kompleks dan variatif. Adapun selain keenam narasumber utama tersebut, peneliti juga melakukan pengambilan data kepada beberapa orang yang peneliti temui pada *event* JKT48, pengambilan data yang dilakukan adalah dengan melakukan sesi wawancara secara singkat.

Pada fase pengumpulan data ini, peneliti melakukan enam sesi wawancara dengan enam narasumber di waktu dan lokasi yang berbeda. Peneliti menanyakan kurang lebih sekitar empat puluh pertanyaan yang terbagi menjadi empat bagian. Bagian pertama berfokus pada pertanyaan yang membahas mengenai profil narasumber yang di dalamnya terdapat pertanyaan seperti data diri, awal mula mengenal dan mengidolakan JKT48, dan alasan pengidolaan. Bagian kedua memiliki fokus topik tentang budaya penggemar, peneliti menanyakan pengalaman dan kontribusi narasumber dalam berbagai budaya penggemar yang terjadi dalam *fandom* JKT48. Bagian ketiga berfokus kepada pencarian makna, pertanyaan pada bagian ini lebih banyak menggali tentang makna mendalam JKT48 dan *fandom*-nya terhadap kehidupan narasumber. Bagian keempat sekaligus bagian terakhir dalam wawancara adalah tentang fenomena fanatisme, di bagian ini peneliti menggali lebih dalam mengenai perspektif narasumber terhadap fenomena fanatisme yang dialami grup idola JKT48.

Wawancara pertama dilakukan kepada Fathan pada tanggal 20 Desember 2024, dilanjutkan Tyas pada tanggal 21 Desember 2024, Yudha pada tanggal 26 Desember 2024,

Rif'an pada tanggal 27 Desember 2024, Yessy pada tanggal 7 Januari 2024, dan terakhir Feby pada tanggal 7 Desember 2024. Adapun *focus group discussion* dengan Yessy dan Feby dilakukan pada tanggal yang sama dengan tanggal wawancara yaitu pada tanggal 7 Desember 2024. Sebagai tambahan, peneliti juga melakukan observasi sekaligus pengambilan data berupa dokumentasi di beberapa *fandom*/kelompok penggemar lain yang sedang memiliki tingkat kepenggemaran dan fanatisme yang tinggi seperti event sepak bola, festival film, dan *fandom* KPOP. Peneliti melakukan observasi di *fandom* lain guna mencari tambahan informasi terkait dunia kepenggemaran sekaligus sebagai pembanding dengan objek penelitian yang peneliti pilih yaitu *fandom* dan penggemar JKT48.

Berikut peneliti akan melakukan analisis lebih dalam terhadap hasil wawancara yang telah terkumpul dalam bentuk transkrip. Peneliti akan membagi analisis ke dalam 5 bagian atau sub-bab antara lain (1) Pertemuan dengan Idola yang akan berfokus membahas kisah awal penggemar JKT48 ketika terjun ke dunia kepenggemaran, (2) Sosial, Anti-Sosial, Parasosial: Relasi Penggemar JKT48 yang membahas tentang relasi sosial penggemar JKT48, (3) Makna Idoling yang akan membahas mengenai makna di balik kepenggemaran mereka terhadap JKT48, (4) "Perceraian" dengan JKT48 yang akan fokus mengupas lebih dalam tentang sebuah fenomena hilang rasa oleh Wota kepada idolanya, JKT48, dan (5) Relasi Kompleks *Fans* dan Idola: Resepsi dalam Ruang yang Dinamis yang akan mengupas resepsi dan sudut pandang narasumber tentang relasi mereka terhadap sang idola dalam *fandom* JKT48. Analisis yang peneliti bagi ke dalam 5 sub-bab tersebut menjabarkan secara rinci terkait temuan di lapangan. Argumen yang peneliti uraikan dalam 5 sub-bab tersebut turut membantu peneliti menjawab pertanyaan penelitian ini.

### **3.1 Pertemuan dengan Idola**

Awal perjalanan dari kisah seorang penggemar idola merupakan salah satu hal yang sangat menarik untuk dibahas. Uraian mengenai latar belakang, alasan, dan motivasi dari seseorang yang menggemari sebuah grup idola menjadi sebuah bahasan yang menarik karena dapat menjadi ilmu baru dan memperdalam wawasan mengenai kajian *fan studies* yang tengah berkembang dalam beberapa dekade terakhir. Pada bagian awal ini, peneliti akan membahas dan menguraikan mengenai awal kisah, cerita, dan perjalanan para narasumber dalam dunia *idoling*, khususnya *fandom* JKT48. Peneliti juga akan membahas secara mendalam mengenai alasan di

balik terjunnya mereka ke dalam dunia kepenggemaran dan pengidolaan yang memang sedang berkembang setidaknya dalam satu dekade terakhir.

Pada awal mula ketika peneliti menyadari fenomena kepenggemaran ini, beberapa waktu sebelum peneliti memulai penelitian, peneliti sempat melakukan beberapa sesi wawancara singkat dengan beberapa penggemar JKT48 yang peneliti temui di berbagai *event* yang berbeda. Dari *interview* singkat tersebut, kebanyakan dari mereka menyatakan bahwa mereka tertarik untuk menggemari JKT48 dan terjun ke dunia kepenggemaran ini disebabkan oleh faktor ajakan teman atau sekadar mengikuti arus. Beberapa dari mereka juga menyatakan bahwa masuknya mereka ke dalam lingkungan kepenggemaran JKT48 memberi semacam ruang untuk berekspresi secara bebas tanpa penghakiman. Pernyataan tersebut ternyata juga diamini oleh Yudha, salah satu narasumber utama pada penelitian ini. Ketika ditanya mengenai pengalamannya berinteraksi dengan teman di lingkungan *fandom* JKT48, Ia menyatakan:

“Iyaa beda, dari pembahasan kan juga beda, kalo sama temen *fandom* bisa lebih terbuka sebenarnya, karena kan ga semua orang bisa nerima pembahasan tentang *idol* gitu ya. Jadi pertemanan dalam *fandom* ini bisa dibidang jadi semacam ruang buat berekspresi lebih bebas buat kita *fans* jeketi ini.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

Alasan yang dikemukakan narasumber dan beberapa orang yang peneliti temui pada saat masa observasi tersebut seolah menjadi validasi dari teori ruang ketiga yang dikemukakan oleh Homi K. Bhabha. Jika dikaitkan dengan konteks pembahasan mengenai *fandom*/lingkungan kepenggemaran, teori tersebut menyatakan bahwa *fandom* dimaknai sebagai tempat di mana penggemar dari berbagai latar belakang berkumpul untuk berbagi pengalaman dan menciptakan identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitar (Lombu, Lattu, & Pilakoannu, 2019). Keberadaan ruang ekspresi menjadi penting terutama ketika kita memandang ruang dari sudut pandang komunikasi.

Ruang ekspresi menjadi wadah bagi para penggemar untuk menyampaikan pikiran dan perasaan mereka secara bebas, membangun hubungan yang lebih baik, serta mendorong kreativitas dan keberagaman dalam lingkungan kepenggemaran. Keberadaan ruang yang aman dan nyaman bagi penggemar memiliki peran penting bagi eksistensi dan perkembangan suatu *fandom*. Sebuah jurnal yang membahas tentang ruang ekspresi menyatakan bahwa ruang ekspresi memegang peranan penting dalam masyarakat, seseorang membutuhkan ruang untuk

berkembang. Namun, perlu diingat bahwa penting untuk menjaga ruang tersebut dalam ekosistem yang positif guna menciptakan ruang yang positif (Nehru, Tisnawati, & Ardyanto, 2019).



Gambar 3.1 - Cuitan Seorang Penggemar terhadap Pertunjukkan *Ladies and Kids*

(Sumber: *Screenshot Akun X @ndadindaaginta*)

Selain faktor ajakan teman dan sekadar mengikuti arus tren, terdapat alasan lain di balik keputusan seorang Wota untuk menggemari JKT48, seperti pengalaman yang diceritakan Tyas, narasumber berusia 31 tahun yang sudah menghabiskan hampir separuh hidupnya untuk menggemari JKT48. Tyas mengungkapkan bahwa Ia mulai menggemari grup idola ini karena ketertarikannya kepada seni dari lirik lagu yang dibawakan JKT48, bahkan sebelum itu Ia sudah terlebih dahulu mendengarkan lagu dari *sister group* JKT48, yaitu AKB48. Ketertarikannya terhadap lagu yang memiliki makna mendalam menjadi pintu masuk bagi Tyas menuju dunia kepenggemaran yang hingga saat ini masih Ia jalani.

”Alasan awalnya pasti kalo kita *flashback* mundur dulu ya, aku denger lagu 48 group pertama kali itu tahun 2012 kalo ga salah, waktu itu *Heavy Rotation* versi jeketi udah keluar tapi aku ga terlalu dengerin, nah yang aku dengerin itu ada 2 lagu, jadi itu lagu *graduation*-nya Atsuko Maeda, dia *member* AKB48, dia bawain lagu *Yume no Kawa* dan dia ngebawain versi solo dari lagu *Sakura no Hanabiratachi*, versi lebih *ballad*-nya

lagi. Jadi intinya aku memutuskan untuk jadi *fans* itu karena aku punya ikatan dengan seni dari lagu 48 group, termasuk jeketi juga.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

Alasan serupa juga dikemukakan oleh Feby, seorang penggemar JKT48 asal Kota Semarang yang sudah menggemari JKT48 sejak tahun 2011. Feby menyatakan bahwa Ia mengetahui grup idola asal Jakarta ini sejak debut atau kemunculan pertamanya di televisi pada acara 100% Ampuh yang tayang tahun 2011. Ketika pertama kali menyaksikan JKT48 tampil di layar kaca, Feby langsung menunjukkan ketertarikannya, terlebih lagi latar belakang Feby di bidang seni tari, Ia merupakan seorang *cheerleader* yang kerap mewakili Jawa Tengah di Perlombaan nasional maupun internasional. Latar belakang yang dimiliki Feby tersebut membuatnya tertarik untuk mengulik JKT48 secara mendalam. Hingga saat ini, Feby masih aktif sebagai *fans* yang loyal dan senantiasa memberikan dukungannya terhadap JKT48.

“Untuk pertama kali tahu sebenarnya udah agak lama, waktu itu ketika mereka debut di tahun 2011, pada saat itu saya berusia kurang lebih 12 atau 13 tahun, masih kelas enam sd kira-kira. Pada saat itu ada acara musik yang menampilkan JKT48 untuk pertama kalinya di salah satu stasiun TV, acara musik pada saat itu. (...) Karena dari segi tampilannya menarik ya, dikemas secara unik, sekali *perform* kan mereka tampil dengan formasi lebih dari 10 bahkan 12 orang, itu yang membuat saya tertarik dan mengulik lebih dalam, kemudian saya menikmati lagu yang disajikan ditambah dengan *performance* dari *member* yang menurut saya menarik. Jadi alasan utama saya suka jeketi itu karena grupnya secara *stage performance* dan lagunya.” (Feby, 23 tahun, *Customer Service*, Semarang)

Sedikit berbeda dengan narasumber-narasumber sebelumnya, perjalanan Rif’an dalam dunia pengidolaan dimulai pada tahun 2018 ketika Ia tidak sengaja menonton video perkenalan anggota pelatihan atau biasa disebut *trainee* JKT48. Ketertarikannya terhadap beberapa anggota pelatihan tersebut menyeretnya ke dalam *fandom* JKT48. Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia tersebut mengungkapkan bahwa dirinya sudah mengetahui grup idola ini sejak tahun 2018, namun rasa fanatisme-nya terhadap JKT48 baru muncul pada awal tahun 2022 ketika JKT48 mulai bangkit dari keterpurukan-nya akibat pandemi Covid-19. Dari wawancara yang peneliti lakukan, ketertarikan Rif’an terhadap JKT48 didasari oleh kecintaannya terhadap anggota JKT48, bahkan Ia sempat mengungkapkan bahwa ketertarikannya terhadap anggota JKT48 melebihi kecintaannya terhadap grup itu sendiri.

“Awal-awal suka itu dulu tahun 2018 waktu pertama kali generasi 7 debut dan status mereka masih *trainee*, waktu itu liat ada *member* namanya Christy tapi kok lama kelamaan oleng ke Zee, kebetulan mereka sama-sama gen 7. Waktu itu nonton di *youtube*, dan dulu awal itu belum terlalu ngikutin, masih biasa aja, baru mulai bisa dibilang ngikutin banget, fanatik gitu baru pas jeketi ngadain *tour* di jogja 2022 waktu itu. Waktu awal dulu mutusin untuk jadi *fans* karena sebenarnya aku ngikutin jeketi lebih karena zee sih, jadi lebih suka *member* sebenarnya daripada grupnya.” (Rif’an, 22 Tahun, Mahasiswa, Magelang)

Tidak jauh berbeda dengan apa yang diutarakan oleh Rif’an, alasan serupa juga dikemukakan oleh Yessy, salah satu narasumber perempuan asal Kota Semarang. Yessy mengungkapkan bahwa masuknya Ia ke dalam *fandom* JKT48 dilatar belakangi oleh ketertarikannya terhadap aspek *entertainment* yang disuguhkan oleh member JKT48 *via* media sosial. Perempuan berusia 22 tahun tersebut menyatakan bahwa Ia pertama kali mengetahui keberadaan grup idola JKT48 melalui media sosial Tiktok pada akhir tahun 2022. Pada saat itu pula ketertarikan Yessy terhadap grup idola ini muncul. Seiring berjalannya waktu, ketertarikan Yessy terhadap JKT48 berubah menjadi sebuah kecintaan yang membuatnya menjadi *fans* fanatik. Kecintaannya terhadap JKT48 dan *member* favoritnya, Christy, membuatnya memutuskan untuk bergabung dengan *fanbase personal* Christy, yaitu Christyzer. Menurutnya, dengan bergabung dengan *fanbase*, Ia dapat mendukung Christy secara lebih total dibanding hanya menjadi *fans* independen.

“Jadi ceritanya pas awal dulu pertama tahu dari sosmed, dari tiktok ya, suka lewat di FYP kaya video-video lucu si membernya, kebetulan saya suka jeketi karena ada *member* namanya Christy, dia lucu, suka bikin teori-teori sama *gimmick* yang lucu gitu, pembawaannya juga menyenangkan. Dari situ baru akhirnya ngulik lebih dalam. Kalo aku pertama yang aku liat jelas visual ya, tapi makin lama kita ngikutin seorang *member* kan jadi tahu lebih dalam secara *personal* terutama, kaya kita jadi tahu kepribadiannya gimana, ciri khasnya gimana, *fan service*-nya gimana, dan setelah ngulik lebih dalam akhirnya ya aku mutusin untuk jadiin Christy sebagai *member* favorit.” (Yessy, 22 Tahun, Mahasiswi, Semarang)

Kisah awal pengidolaan Yessy dan Rif’an kepada JKT48 tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut dengan menggunakan teori afeksi. Teori tersebut menjelaskan bahwa emosi memiliki peran signifikan bagi seseorang dalam membentuk pengalaman dan hubungan sosial. Teori afeksi memandang bahwa emosi seseorang sangat terkait dengan bagaimana tubuh kita

merespons stimulus yang diberikan oleh lingkungan sekitar kita. Misalnya, ketika kita merasa senang atau cemas, ada reaksi fisik maupun batin yang terjadi dalam tubuh kita (Truran, 2022). Jika dikaitkan dengan kesaksian Yessy dan Rif'an dalam menggemari JKT48, emosi seperti cinta, kekaguman, atau keterikatan terhadap tokoh atau *member* JKT48 favoritnya, Christy, membuatnya merasa bahagia sehingga hal tersebut menjadi alasan utama Yessy dan Rif'an menjadi penggemar JKT48. Lebih jauh lagi, lingkungan kepenggemaran atau *fandom* menjadi tempat di mana emosi ini diekspresikan secara kolektif, seperti saat Yessy dan Rif'an menghadiri konser atau ketika bertemu dengan sang idola.

Pengalaman lain dibagikan oleh Fathan, salah satu narasumber yang juga merupakan fans lawas dari grup idola JKT48. Menyadari keberadaan JKT48 sejak tahun 2011 di acara 100% Ampuh, Fathan baru memutuskan untuk mengikuti JKT48 secara intens pada tahun 2023. Terdapat cerita unik di balik kisah kepenggemarannya kepada JKT48. Selama hiatus dari dunia kepenggemaran, Ia mengira bahwa grup idola JKT48 telah memutuskan untuk *disband* atau bubar. Tahun 2022 adalah tahun ketika Ia menyadari bahwa grup idola ini masih eksis, momen tersebut terjadi ketika JKT48 mengadakan *tour* di enam kota termasuk Yogyakarta yang pada saat itu diselenggarakan di Sleman City Hall. Sejak saat itu Ia kembali aktif menjadi *fans* fanatik JKT48.

“Sebenarnya kalo untuk tahunya udah lama ya, sejak pertama kali mereka debut, jadi pertama kali aku nonton JKT48 itu di layar TV di acara 100% ampun milik GTV tahun 2011, zaman aku SMP dulu. Kalau untuk tahu grupnya udah dari 2011, tapi ngikutin banget dan bisa dibilang fanatik baru 2 tahun terakhir, mulai dari pertengahan tahun 2023. Mungkin karena ini ya, karena awalnya cuma tahu doang dan aku kira jeketi udah bubar, ternyata masih ada. Pada tahun 2022 dikasih tahu temen kalo jeketi lagi ngadain tour di Jogja, di Sleman City Hall waktu itu, dan saat itu aku tahu kalo jeketi ternyata masih ada.” (Fathan, 25 Tahun, Graphic Designer, Malang)

Dari kesaksian yang disampaikan Fathan, peneliti menilai terdapat unsur nostalgia di balik keputusan Fathan untuk selesai dari masa hiatus dan kembali menggemari JKT48. Argumen tersebut diperkuat dengan pernyataan dari sebuah penelitian tentang budaya populer yang menyatakan bahwa nostalgia kerap kali digunakan sebagai bagian dari pemasaran dalam industri hiburan, nostalgia dapat meningkatkan daya tarik produk dengan menghubungkannya ke kenangan masa lalu yang menyenangkan (Holbrook & Schindler, 1991). Pada umumnya,

seseorang kerap kali mengingat kejadian di masa lampau, baik itu kejadian menyenangkan maupun menyedihkan. Hal ini terjadi karena mereka pernah mengalami kejadian tersebut sebelumnya. Nostalgia akan muncul jika terdapat hal yang mendorong munculnya nostalgia atau pemicu dari nostalgia tersebut. Terdapat dua faktor utama pemicu nostalgia yaitu, interaksi sosial (*social interaction*) dan *sensory inputs* (Ramadhoni, 2019).



Gambar 3.2 - Penampilan Perdana JKT48 di Acara 100% Ampuh  
(Sumber: Akun X @FansJKT48)

**Tabel 3.1 - Kisah Pertemuan dengan Idola**

No.	Informan	Kisah Pertemuan
1.	Yudha	Menonton iklan kolaborasi antara Pocari Sweat dengan JKT48 pada tahun 2011.
2.	Fathan	Menonton panggung debut JKT48 di acara 100% Ampuh pada tahun 2011.
3.	Tyas	Mendengarkan dan tertarik dengan lagu “ <i>Yume no Kawa</i> ” dan “ <i>Sakura no Hanabiratachi</i> ” pada tahun 2012.
4.	Feby	Menyaksikan debut JKT48 di acara 100% Ampuh pada tahun 2011.
5.	Yessy	Menonton dan terhibur sebuah video TikTok dari salah seorang anggota JKT48.
6.	Rif’an	Menonton video perkenalan generasi 7 JKT48 di YouTube pada tahun 2018.

## 3.2 Sosial, Anti-Sosial, Parasosial: Relasi Penggemar JKT48

Salah satu hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini adalah relasi sosial para penggemar JKT48 yang unik. Relasi sosial sendiri dapat dimaknai sebagai hubungan sosial yang dihasilkan dari interaksi dan serangkaian perilaku sistematis antara dua orang atau lebih. Hubungan dalam relasi sosial bersifat timbal balik antara satu individu dengan individu lainnya dan saling memengaruhi (Abduh & Kamal, 2023). Peneliti sendiri menggolongkan relasi sosial penggemar JKT48 menjadi tiga jenis, yaitu sosial, anti-sosial, dan parasosial. Ketiga jenis relasi sosial tersebut peneliti dapat setelah melakukan observasi selama kurang lebih dua tahun terakhir dan juga setelah peneliti memulai proses penelitian ini. Tahapan wawancara yang telah peneliti lakukan juga memperkuat argumen peneliti tentang tiga jenis relasi sosial dari penggemar JKT48 tersebut. Berikut adalah pembahasan lebih lengkap mengenai temuan peneliti di lapangan.

### 3.2.1 Sosial

Dalam *fandom* atau lingkungan kepenggemaran JKT48, relasi sesama penggemar menjadi sebuah hal yang peneliti pandang sebagai hal yang sangat menarik untuk dibahas lebih dalam. Dari enam sesi wawancara yang peneliti lakukan, semua narasumber sepakat bahwa keberadaan teman sesama Wota menjadi salah satu alasan utama mereka bertahan di *fandom* ini. Hal ini menjadi menarik karena ketika kita membahas tentang seorang penggemar idola, kerap kali kita hanya berfokus pada dimensi pengidolaan yang dilakukan *fans* kepada sang artis atau idola. Hasil *in depth interview* yang peneliti lakukan menemukan sebuah fenomena yang peneliti rasa menarik. Terdapat situasi bahwasanya para penggemar JKT48 memaknai relasi mereka terhadap sesama penggemar berada di posisi yang sama dengan relasi mereka dengan sang idola. Beberapa narasumber bahkan mengatakan bahwa keberadaan teman yang memiliki kebahagiaan serupa ternyata sama pentingnya dengan keberadaan sang idola itu sendiri. Hal tersebut diungkapkan Feby ketika ditanya mengenai relasi dan keberadaan teman sesama *fans* di *fandom* JKT48.

“Menurut saya temen sangat penting ya mas, karena dari situ kita bisa memperluas pertemanan, apalagi di *fandom* ini kan temen udah kaya keluarga gitu ya. Tentunya sangat senang sih, karena bisa menemukan teman yang satu frekuensi, rasanya nemu dunia baru dengan orang yang baru tapi punya kebahagiaan yang sama. Jadi grup dan

memberinya memang penting, tapi keberadaan orang-orang yang kebahagiaannya sama itu ga kalah pentingnya.” (Feby, 23 tahun, *Customer Service*, Semarang)

Relasi pertemanan Feby dengan teman sesama penggemar di fandom JKT48 dapat dijelaskan menggunakan teori jaringan sosial. Teori tersebut menjelaskan bagaimana hubungan interpersonal dan jaringan memengaruhi perilaku dan partisipasi. Jika dikaitkan dengan *fandom*, penggemar terhubung melalui jaringan *online* seperti Twitter, TikTok, atau forum yang memengaruhi bagaimana informasi dan tren menyebar dalam komunitas tersebut. Menurut Wasserman & Faust (1994) terdapat 8 konsep utama dalam analisis jaringan sosial, salah satunya adalah ikatan relasi (*relational ties*) yang menjelaskan bahwa aktor-aktor dihubungkan dengan ikatan sosial. Ikatan merupakan pembentukan suatu hubungan antara sepasang aktor yang diperlihatkan dalam berbagai hal seperti konteks pertemanan dan kesukaan. Nisful Laily dalam tulisannya menjelaskan bahwa jaringan sosial (*social network*) adalah sebuah pola koneksi dalam hubungan sosial individu, kelompok dan berbagai bentuk kolektif lain. Hubungan ini bisa berupa hubungan interpersonal atau bisa juga bersifat ekonomi politik, atau hubungan sosial yang lain (Laily, 2020).



Gambar 3.3 - Potret Kebersamaan Sekelompok Penggemar JKT48 di Sebuah Konser

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Tidak jauh berbeda dengan pengalaman narasumber sebelumnya, Yessy juga menyatakan bahwa relasi pertemanan adalah salah satu hal yang tidak bisa dipisahkan dari lingkungan kepenggemaran. Yessy berpendapat bahwa relasi yang selama ini Ia bangun tidak tercipta dalam waktu yang singkat, ada proses yang harus dijalani hingga akhirnya Ia dapat mempunyai relasi yang luas dan kuat di fandom JKT48.

“Pertama yang aku rasain jelas rasa kekeluargaannya dapet banget ya, apalagi selisih umurnya juga ga terlalu jauh, jadi kita bisa dibilang satu frekuensi lah. Walau pandangan kita tentang ngidol beda-beda ya, misal ada yang fokusnya ngulik lagu, ada yang fokus ke visual *member*-nya, ada yang fokus ke personal *member*-nya, tapi itu jadi menarik karena aku jadi punya sudut pandang yang beragam buat ngidol ini. (...) Pertama jelas bahagia, yang aku rasain setelah kenal jeketi dan masuk lingkungan pertemanan di *fandom* ini ada rasa kekeluargaan yang erat terus kalo ada apa-apa gitu kita saling peduli gitu. Kesamaan hobi ya, karena kita ketemu sama orang yang hobinya sama dan karena kesamaan hobi itu jadi bikin kita satu frekuensi. Dengan kesamaan frekuensi itu kita jadi ngerasa lebih nyambung satu sama lain dan otomatis bikin kita lebih dekat.” (Yessy, 22 Tahun, Mahasiswi, Semarang)

Kekeluargaan menjadi kata kunci di balik eratnya kedekatan Yessy dengan teman-teman se-kepenggemaran. Hal tersebut menjadi menarik jika kita melihat konteks situasi ketika para penggemar JKT48 yang memutuskan untuk masuk ke *fandom* dengan tujuan mengidolakan dan mendukung idolanya justru dapat menemukan sosok teman yang mereka anggap sebagai keluarga. Hal menarik lain yang peneliti temukan dari wawancara dengan Yessy adalah bagaimana berkumpulnya orang-orang dengan kebahagiaan yang sama dapat menciptakan sebuah ekosistem pertemanan yang nyaman dan aman bagi penghuninya. Kembali meminjam teori ruang ketiga yang sebelumnya sudah dijelaskan, *fandom* dimaknai sebagai tempat di mana penggemar dari berbagai latar belakang berkumpul untuk berbagi pengalaman dan menciptakan identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitar (Lombu, Lattu, & Pilakoannu, 2019).

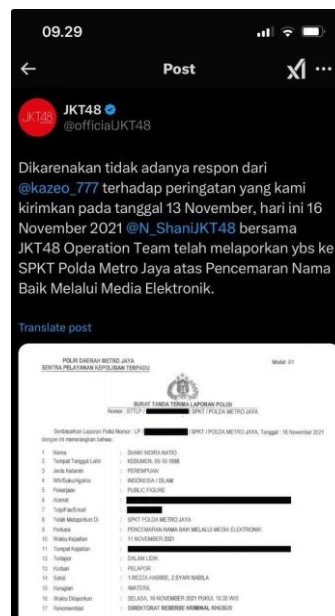
### 3.2.2 Anti-Sosial

Berbanding terbalik dengan pembahasan sebelumnya, fokus bahasan pada sub-bab ini akan menganalisis tentang temuan peneliti di lapangan yang menemukan adanya fenomena anti-sosial di antara penggemar JKT48. Anti-sosial sendiri dapat dimaknai sebagai perilaku-perilaku yang menyimpang dari norma-norma, baik aturan keluarga, sekolah, masyarakat, maupun hukum. Perilaku anti-sosial bukan sekadar permasalahan tentang perilaku yang mencakup perkembangan sosial, emosi, dan moral dan berdampak pada perilaku negatif, namun sudah pada pelanggaran hukum yang berlaku (Gustia, 2017). Fenomena ini peneliti sadari sedari tahap awal penelitian saat peneliti melakukan observasi via media sosial maupun saat peneliti mendatangi langsung *event* JKT48. Cukup mengejutkan ketika temuan pada masa observasi tersebut ternyata berbanding lurus dengan pengalaman yang dibagikan beberapa narasumber utama penelitian ini.

Peneliti akan mulai dengan pembahasan tentang *demachi*, yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh *fans* dari sebuah idola di mana *fans* menunggu sang idola keluar dari tempat pertunjukkan untuk bertemu dan mengucapkan selamat tinggal. Pada dasarnya, *demachi* adalah sebuah budaya penggemar yang dikonstruksi untuk menciptakan pengalaman bagi *fans* kepada sang idola, hal tersebut juga merupakan bagian dari interaksi parasosial antara penggemar dengan *fans*. Interaksi parasosial sendiri adalah sebuah hubungan kedekatan bak pertemanan yang terjadi antara sosok yang muncul di media dengan audiens atau penonton (Manusov & Harvey, 2001). Hal yang menjadi kritik peneliti terhadap fenomena *demachi* tersebut adalah pada prakteknya, belakangan, fenomena *demachi* yang sejatinya merupakan ajang interaksi antara *fans* dengan sang idola justru berubah menjadi ajang *terror* bagi sang idola.

Salah satu kejadian yang hingga saat ini membuat pembahasan mengenai *demachi* memiliki konotasi negatif adalah insiden penguntitan kepada salah satu member JKT48, Shani Indira Natio. Pada akhir tahun 2021, *fandom* JKT48 dihebohkan dengan *legal action* yang dilakukan oleh JKT48 dengan membawa salah satu *fans*-nya ke jalur hukum. Setelah *fans* mencari tahu lebih dalam tentang kasus tersebut, ditemukan fakta bahwa salah satu oknum *fans* dengan akun Twitter @kazeo\_777 telah melakukan *demachi* hingga Ia mengikuti Shani sampai ke tempat kediamannya. Hal tersebut jelas merupakan perbuatan melanggar hukum dan norma yang pada akhirnya mencoreng citra penggemar JKT48 secara keseluruhan. Dari kasus tersebut

peneliti berpendapat bahwa penghambaan yang berlebihan kepada sang idola dapat mengarah kepada perbuatan yang tidak seharusnya dilakukan seorang *fans* kepada sang idola.



Gambar 3.4 - Pernyataan JKT48 Tentang Langkah Hukum yang Ditempuh

(Sumber : Screenshot Akun X @JKT48)

Menanggapi perilaku anti-sosial seperti *demachi* yang beberapa kali terjadi dalam *fandom* JKT48, Tyas setuju bahwa tindakan tersebut merupakan suatu hal yang seharusnya tidak dilakukan dalam konteks pengidolaan. Tyas memiliki pandangan bahwa masih banyak budaya penggemar lain yang memiliki *impact* positif terhadap grup, member, maupun *fandom* seperti projek perayaan ulang tahun *member*. Ia juga berpendapat bahwa sebenarnya seseorang yang melakukan *demachi* adalah *fans* dengan tingkat dedikasi tinggi serta memiliki empati luar biasa terhadap idolanya. *Demachi* juga Tyas anggap sebagai bentuk ekspresi dari *fans* kepada idolanya. Meski begitu Tyas tetap menentang budaya penggemar yang satu ini ketika prakteknya sudah melewati batasan norma dan hukum yang ditentukan.

“Hal-hal kaya gitu untuk di dunia *idoling* cukup aku *support* ya, mungkin yang aku agak kurang sreg lebih ke yang kaya *demachi* gitu sih, yang nungguin, ngikutin *member* sampe pulang gitu. Jadi emang beragam sih budaya penggemar di *fandom* ini, ada yang positif ada yang mendingan gausah deh dilakuin. *Demachi* tuh empatinya tinggi, orang-orang yang over *idoling* itu empatinya tinggi banget, mereka rela nyisihin waktu dan tenaganya buat ngidol, ada itu orang kaya gitu. Makanya tadi ada yang kamu bilang

budaya penggemar, demachi, itu kan bentuk ekspresi diri yang ga bisa mereka lakukan di luar *fandom* sebenarnya.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

Sedikit berbeda dengan Tyas, Yudha memiliki pandangan yang bisa dibilang cukup unik tentang fenomena demachi yang sudah menjadi budaya turun temurun di *fandom* ini. Yudha menganggap bahwa fenomena demachi merupakan suatu hal yang lumrah dalam dunia *idoling*. Ekspresi yang disampaikan oleh *fans* dalam kegiatan demachi dirinya anggap sebagai sebuah bentuk dukungan kepada para member yang telah menampilkan atraksi di atas panggung. Menurut peneliti, hal tersebut memang tidak bisa disalahkan mengingat pada dasarnya dalam *fandom* JKT48, hubungan antara member dan *fans* memiliki sifat mutualisme. Yudha beranggapan bahwa member menampilkan atraksi di atas panggung untuk para *fans* sedangkan *fans* memiliki tugas untuk memberikan dukungan kepada member yang tampil. Seperti yang disampaikan Yudha, sejatinya kegiatan demachi memiliki tujuan untuk memberikan dukungan dan semangat kepada para member yang telah tampil menghibur para *fans*, namun pada prakteknya, *fans* dituntut harus lebih mengerti batasan etika dan norma dalam melakukan kegiatan yang menjadi salah satu budaya penggemar yang cukup populer di *fandom* JKT48 ini.

“Kalo menurutku itu normal ya, karena sebenarnya kalo dulu itu emang salah satu bentuk ekspresi *fans* untuk berinteraksi sama *member* ya. Iya, di *theater* juga sama, kalo menurutku itu juga salah satu bentuk *support* juga.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

Pembahasan mengenai demachi sebagai budaya penggemar yang kerap kali dianggap melambangkan perilaku anti-sosial dalam *fandom* JKT48 ini dapat dijelaskan lebih dalam dengan meminjam teori afektif milik Matt Hills. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa budaya penggemar juga dapat dipahami sebagai pengalaman emosional yang intens. Penggemar mengembangkan keterikatan emosional terhadap karakter, alur cerita, atau komunitas penggemar lainnya. Teori tersebut dapat dikatakan menjadi dasar atas budaya demachi yang dilakukan oleh para Wota. Ketertarikan *fans* terhadap sang idola menjadi dasar *fans* tersebut melakukan demachi dengan tujuan mendapatkan pengalaman *idoling* yang intens.



Gambar 3.5 - Potret Ekspresif dari Sekelompok Wota terhadap Sang Idola

(Sumber : Akun X @shitshureun)

### 3.2.3 Parasosial

Salah satu pembahasan sekaligus temuan menarik yang tidak akan pernah dipisahkan dari sebuah penelitian tentang lingkungan kepenggemaran atau *fandom* adalah mengenai jenis interaksi yang ditunjukkan antara penggemar dengan sang idola. Interaksi parasosial sendiri adalah sebuah hubungan kedekatan bak pertemanan yang terjadi antara sosok yang muncul di media dengan audiens atau penonton (Manusov & Harvey, 2001). Dalam konteks lingkungan kepenggemaran JKT48, interaksi parasosial terjadi antara Wota atau FJKT48 dengan sang idola, yaitu para *member* JKT48. Interaksi yang terjadi dapat dilakukan melalui cara, seperti event *video call* yang rutin diadakan setiap bulan, *event meet and greet*, *event 2shot* di mana penggemar dapat berfoto berdua bersama sang idola, pertunjukkan *theater* yang rutin diadakan setiap minggu, dan konser.

Pembahasan mengenai interaksi parasosial antara penggemar dengan anggota JKT48 ini semakin menarik ketika salah satu narasumber, Yudha, memperkuat argumen peneliti yang menyatakan bahwa JKT48 menjual produk berupa pengalaman dan perasaan sebagai hal yang ditonjolkan grup ini. Yudha juga menyatakan bahwa “jualan perasaan” yang selama ini dilakukan oleh JKT48 merupakan salah satu *unique selling point* yang membuat JKT48 dapat bertahan sejauh ini sekaligus memiliki penggemar yang loyal dan fanatik. USP atau *unique selling point* sendiri adalah ciri khas yang memiliki karakter berbeda dengan produk dari kompetitor, sehingga hal ini menjadikan produk lebih spesial dibenak konsumen. *Unique Selling*

*Point* selalu mengutamakan performance dan keistimewaan produk (Kusumastuti & Trisna Devi, 2022).

“Sebelumnya aku setuju sih kalo jeketi jualan perasaan, kaya yang aku bilang tadi, di jeketi aku nyari interaksi ke *member* dan mungkin terkadang ke sesama *fans*. Dari awal berdiri juga memang *unique selling point*-nya jeketi ya memang dari jualan perasaannya itu. Buatku pribadi interaksi yang ditawarkan jeketi lewat *member*--nya ini emang unik sih, ada *experience* yang beda ketika kita ketemu sama idola kita. Apalagi kan emang jeketi konsepnya *idol you can meet*, jadi *event-event* kaya *meet and greet* yang memungkinkan kita untuk interaksi sama *member* ini kan lumayan sering diadakan dan lama-lama itu jadi semacam kebutuhan untuk memenuhi kesenangan pribadi aja sih buatku. Lama-lama kita jadi mengharapkan *fan service* dari *member*-nya juga.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

Segala kegiatan dalam upaya berinteraksi dengan sang idola tersebut menjadi sangat menarik bagi peneliti ketika mengetahui fakta bahwa segala bentuk *event* yang memungkinkan *fans* berinteraksi dengan sang idola tersebut dikenakan biaya yang dapat dibilang tidak murah untuk skala kepenggemaran di Indonesia, terutama kondisi lingkungan kepenggemaran JKT48 saat ini yang sudah bersifat inklusif. Peneliti mengambil contoh untuk satu tiket *video call* dengan durasi 50 detik, penggemar harus merogoh kocek sebesar 120 ribu rupiah. Pada *event* lain, penggemar harus membayar 50 ribu rupiah untuk satu tiket *meet and greet* dengan durasi 10 detik. Meski tergolong cukup mahal, sejak awal peneliti melakukan pengamatan terhadap JKT48 pada awal tahun 2022 hingga saat ini, JKT48 selalu berhasil menjual habis tiket *event-event* tersebut.

“Iyaa, jadi kalo ditanya kenapa tertarik membeli karena pada awalnya ada rasa penasaran ya sama jualannya jeketi ini yang mana memang agak unik, contohnya ada *meet and greet*, ada *video call* sama *member* gitu, bukan sesuatu yang biasa kan itu. Dan yaa setelah rasa penasaran itu ilang muncul kecintaan tadi itu mas yang akhirnya bikin sampe sekarang masih rutin beli produk-produk jualannya jeketi.” (Fathan, 25 Tahun, *Graphic Designer*, Malang)



Gambar 3.6 - Potret Penggemar JKT48 yang Sedang Berfoto dengan Idolanya

(Sumber: IDN Times Jateng)

Harga tiket yang mahal untuk pertemuan dengan interaksi singkat antara penggemar dengan idola tidak membuat enam narasumber utama penelitian ini mengurungkan niat mereka untuk membeli produk non-benda berupa perasaan yang ditawarkan JKT48 tersebut. Stigma dan suara sumbang dari masyarakat awam yang mengatakan segala kegiatan pengidolaan merupakan hal yang tak masuk akal tidak menghalangi *Wota* untuk mengeluarkan nominal yang tak sedikit demi bertemu dan berinteraksi dengan sang idola. Hal ini menjadi menarik ketika seluruh narasumber penelitian ini sepakat bahwa tindakan yang mereka lakukan dalam dunia pengidolaan ini adalah sebuah hal yang lumrah. Salah satu narasumber mengungkapkan bahwa kebahagiaan penggemar JKT48 ketika bertemu dengan sang idola bukanlah suatu hal yang layak mendapat persepsi negatif dari publik. Temuan peneliti tersebut diperkuat dengan temuan penelitian terdahulu yang membahas tentang interaksi parasosial pada *fandom* NCT yang menyatakan bahwa mengagumi selebriti sebagai penghibur, hiburan yang didapatkan dari idola akan menjadi sumber kebahagiaan untuk penggemar, mencari tahu hal yang berkaitan dengan selebriti, mencari teman satu *fandom* dan berkomunikasi mengenai idola (Fauziah, 2022).

“Betul, interaksi sama *member* itu jadi sesuatu yang paling penting buatku karena entah kenapa kalo aku interaksi sama idola tuh kaya ada kesan tersendiri, ada energi yang aku dapet dan gini, kalo awal interaksi emang mereka kan ga kenal kita, tapi kalo kita udah sering interaksi dan *member*-nya kenal kita, akan ada sensasi tersendiri yang gabisa didapet dimana-mana, seakan kita jadi punya temen seorang *idol*, artis gitu.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

**Tiket Personal Meet & Greet:**

1. Satu tiket Personal Meet & Greet didapatkan sebagai bonus pembelian satu JKT48 Photocard edisi khusus 26th Single dengan harga Rp50.000 melalui website resmi JKT48.
2. Satu tiket Personal Meet & Greet berlaku untuk 10 detik.
3. Penjualan khusus untuk anggota OFC akan dimulai pada tanggal 27 November 2024 pukul 12.00 WIB.
4. Penjualan untuk general akan dimulai pada tanggal 28 November 2024 pukul 12.00 WIB.
5. Setiap pembelian JKT48 Photocard tersebut akan mendapatkan kode voting berisi **2 suara**, yang dapat digunakan untuk Pemilihan Member Single ke-26 JKT48.

**Tiket 2-Shot:**

1. Tiket 2-Shot hanya bisa didapatkan melalui website resmi JKT48 dengan harga tiket Rp180.000 per lembar.
2. Penjualan khusus untuk anggota OFC akan dimulai pada tanggal 25 November 2024 pukul 12.00 WIB.
3. Penjualan untuk general akan dimulai pada tanggal 26 November 2024 pukul 12.00 WIB.
4. Setiap pembelian tiket 2-Shot akan mendapatkan kode voting berisi **4 suara**, yang dapat digunakan untuk Pemilihan Member

Rp120.000

JKT48 DIGITAL PHOTOBOOK

**JKT48 26th Single Personal Meet & Greet Festival Digital Photobook**

Melalui digital photobook ini, kamu dapat mengingat ke momen euforia perilisan JKT48 26 ! #KuSangatSuka, momen bersama dengan member Favorite kalian ketika di Personal Meet Festival, 2-Shot dan Stage Activity serta Mini Live Performance oleh member JKT48 yang p cinta, antusias, dan kebahagiaan.

Gambar 3.7 - Harga Tiket *Meet and Greet*, *2Shot*, dan *Video Call* bersama *Member JKT48*

(Sumber: *Screenshot Website Official JKT48*)

### 3.3 Makna *Idoling*

Pada subbab ketiga dengan judul makna *idoling* ini, peneliti akan mengemukakan sekaligus melakukan pembahasan terkait temuan yang peneliti temukan di lapangan pada saat proses wawancara. Pembahasan pada subbab ketiga ini peneliti anggap menarik karena seperti yang peneliti sudah sampaikan di awal bahwa penelitian ini memiliki fokus untuk menggali lebih dalam mengenai makna pengidolaan para Wota atau penggemar JKT48 terhadap grup idola kesayangannya. Peneliti memandang pembahasan pada subbab ini menarik juga karena sejak awal peneliti melakukan observasi mengenai topik penelitian ini, peneliti menemukan banyak hal yang peneliti anggap tidak biasa dilakukan oleh seseorang yang melakukan kegiatan pengidolaan. Para penggemar menunjukkan gaya pengidolaan dengan cara eksentrik yang mana hal tersebut menjadi menarik bagi peneliti pribadi. Oleh karena itu, subbab ini membahas lebih dalam mengenai motif dan apa yang sebenarnya menjadi jalan pikiran para *Wota* hingga akhirnya mereka memutuskan untuk menjadi penggemar JKT48 serta alasan di balik ekspresi dalam bentuk pengidolaan dengan gaya yang eksentrik.

### 3.3.1 Ruang Ketiga

Sebuah hal menarik peneliti temukan dari beberapa narasumber penelitian ini, temuan tersebut adalah pengakuan narasumber yang menyatakan bahwa lingkungan kepenggemaran JKT48 mereka maknai sebagai ruang ekspresi, sebuah ruang yang mereka anggap bisa dijadikan tempat untuk mencurahkan isi hati. Seperti yang sempat dibahas pada subbab pertama pada bab ini, meminjam teori ruang ketiga dari Homi K. Bhabha, *fandom* JKT48 dimaknai sebagai ruang ketiga yang mana memungkinkan penggemar untuk menciptakan identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitar. Peneliti sendiri memandang bahwa keberadaan ruang bagi setiap pribadi adalah suatu hal yang sangat penting untuk dimiliki. Ruang memungkinkan seseorang untuk dapat berekspresi dan berkembang selayaknya manusia pada umumnya.

“Iyaa betul, banyak, jadi makanya aku bilang kalo orang terjun ke *idol*, itu dia nyari miniature kehidupan, refleksi hidup masing-masing. Makanya tadi ada yang kamu bilang budaya penggemar, *demachi*, itu kan bentuk ekspresi diri yang ga bisa mereka lakukan di luar *fandom* sebenarnya.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

Keberadaan ruang tidak hanya menjadi tempat bagi seorang penggemar JKT48 untuk mencurahkan emosi dan ekspresi. Bagi *Wota*, keberadaan *fandom* sebagai ruang juga dimaknai sebagai tempat mencari jati diri terutama bagi para penggemar yang masih berusia remaja. Tidak hanya itu, *fandom* juga menjadi tempat di mana penggemar dapat menemukan kepercayaan diri sebagai manusia. Hal tersebut diungkapkan oleh Yudha, pengalamannya selama kurang lebih sepuluh tahun dalam *fandom* JKT48 membuatnya kenyang akan asam garam yang terjadi dalam lingkungan kepenggemaran ini. Dari sudut pandang Yudha, kegiatan pengidolaan dapat membuat seorang *Wota* menemukan jati diri dan kepercayaan diri.

Kegiatan pengidolaan yang sejatinya menjadi sarana yang digunakan oleh para penggemar untuk menghibur diri nyatanya memiliki nilai dan makna lain yang tidak kalah menarik. Sang idola dan *fandom* tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk bergembira dan melepas penat melainkan sudah menjadi sarana alternatif untuk mencari jati diri. Jika dilihat dari sudut pandang resepsi penggemar, hal tersebut menjadi menarik karena sebagai audiens aktif, penggemar tidak menelan mentah-mentah pesan yang disampaikan dari sang idola. Penggemar dapat melihat makna lain dari pengidolaannya terhadap sang idola, dalam konteks ini penggemar tidak hanya memandang sang idola sebagai hiburan melainkan dapat memandang

sang idola dan *fandom* sebagai sarana untuk menumbuhkan kepercayaan diri sekaligus tempat untuk mencari jati diri. Selain menjadi ruang komunikasi antar penggemar, lingkungan kepenggemaran juga dapat menjadi semangat bagi sang idola maupun penggemar (Amanda, 2022).

“Mungkin ga semua ya, tapi kebanyakan yang aku temuin gitu, mereka bisa nemuin kepercayaan dirinya lagi pas mulai ngidol, pas mulai masuk *fandom*.” (Yudha, 20 Tahun, Mahasiswa, Sleman)

Ungkapan serupa juga dikemukakan oleh Rif’an, seorang mantan penggemar JKT48 asal Magelang yang menyatakan bahwa *fandom* adalah ruang bebas. Dalam *fandom* yang menjadi ruang bebas, Rif’an menemukan keluarga yang ia anggap dapat menjadi tempat mencurahkan ekspresi terutama tentang hobi *idoling* yang dulu ia pernah tekuni. Dari kesaksian Rif’an, peneliti menarik kesimpulan bahwa sebuah grup idola tidak hanya dapat membawa dampak positif melalui karya yang ditampilkan maupun persona dari personel grup itu sendiri. Lingkungan kepenggemaran turut serta memegang peran vital dalam eksistensi grup idola karena lingkungan kepenggemaran juga dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi penggemar grup idola tersebut.

“Karena temen di *fandom* ini kan punya hobi yang sama ya, jadi ada rasa kekeluargaan gitu, jadi punya temen yang bisa diajak cerita tentang hobi gitu, pertemanan di *fandom* ini jadi semacam ruang bebas gitu buatku.” (Rif’an, 22 Tahun, Mahasiswa, Magelang)



Gambar 3.8 - Acara Buka Bersama yang Diadakan oleh Salah Satu Komunitas JKT48

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Temuan menarik lain yang peneliti soroti saat peneliti melakukan observasi dan proses wawancara adalah ikatan kekeluargaan yang amat erat dan intim antar sesama penggemar JKT48. Secara kasat mata, peneliti melihat secara langsung potret sekelompok penggemar dengan akrabnya bersenda gurau dan terlihat memiliki kekerabatan yang amat erat pada sebuah *event* JKT48. Secara tidak kasat mata, saat peneliti melakukan wawancara, para narasumber terlihat cukup emosional ketika mereka membahas mengenai pertemanan mereka di lingkungan kepenggemaran JKT48. Argumen peneliti tersebut dapat dijelaskan dengan pengakuan narasumber yang menyatakan bahwa memang terdapat ikatan erat bak keluarga antara sesama penggemar JKT48. Pada dasarnya, dalam sebuah lingkungan kepenggemaran seorang idola, *fandom* memiliki fungsi sebagai ruang ekspresi yang nyaman bagi para penggemar sang idola (Fulamah, 2015).

“Pertama jelas bahagia, yang aku rasain setelah kenal *jeketi* dan masuk lingkungan pertemanan di *fandom* ini ada rasa kekeluargaan yang erat terus kalo ada apa-apa gitu kita saling peduli gitu.” (Yessy, 22 Tahun, Mahasiswi, Semarang)



Gambar 3.9 - Potret Foto Bersama dari Salah Satu *Fanbase*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

“Terus kalo ngomongin faktor di luar grup-nya ya, faktor temen juga jadi alasan kenapa aku masih *stay* di *fandom* ini sampe sekarang, mereka udah kaya keluarga buatku.” (Feby, 23 tahun, Customer Service, Semarang)

Penelitian ini berangkat dari sebuah fenomena fanatisme yang tentunya tidak bisa dipisahkan dari unsur loyalitas penggemar. Kesetiaan seorang penggemar untuk tetap mengidolakan sebuah grup dalam waktu yang lama tentu memiliki faktor penyebab yang memengaruhi. Loyalitas sendiri dapat dimaknai sebagai komitmen pelanggan untuk bertahan atau melakukan pembelian produk atau jasa terpilih secara konsisten dari masa ke masa (Sasongko, 2021). Temuan menarik peneliti temukan dari kesaksian salah satu narasumber yang menyatakan bahwa salah satu faktor loyalitas seorang *Wota* tidak hanya datang dari grup atau Sang Idola. Lingkungan pertemanan dalam *fandom* yang sudah Ia anggap sebagai keluarga membuat kegiatan pengidolaan yang selama ini Ia jalani seolah tidak menemui akhir. Hal tersebut menjadi menarik bagi peneliti karena pada realitanya, Sang Idola tidak melulu menjadi faktor utama yang menentukan loyalitas dan fanatisme seorang penggemar.

### **3.3.2 Figur Pendukung (*Support System*)**

Peneliti memiliki pandangan bahwa semua orang butuh figur yang berperan sebagai pendukung guna menjalani kehidupan ini, tidak terkecuali bagi para penggemar JKT48. Jika pada pembahasan sebelumnya penggemar memandang sang idola dan lingkungan kepenggemaran sebagai ruang tempat mereka dapat mencurahkan ekspresi dan menemukan kepercayaan diri, bagian ini berfokus kepada pembahasan mengenai resepsi penggemar yang memaknai JKT48 dan *fandom*-nya sebagai figur pendukung atau *support system* dalam kehidupan mereka. *Support system* sendiri peneliti deskripsikan sebagai figur atau pihak yang dapat diandalkan untuk memberikan dukungan moral dan emosional. Dalam konteks kegiatan pengidolaan sekaligus penelitian yang peneliti lakukan, ditemukan sebuah temuan bahwa JKT48 secara grup dan *member* maupun lingkungan kepenggemarannya memiliki peran sebagai figur pendukung bagi para *Wota* atau penggemar JKT48.

Kegiatan pengidolaan atau *idoling* tidak pernah lepas dari ikatan perasaan yang ditawarkan oleh sang idola kepada penggemar. Pengalaman dan perasaan yang dijual oleh JKT48 kepada para penggemarnya menjadi *unique selling point* yang hingga saat ini tidak dimiliki oleh *public figure* lain. Pertanyaan mengenai alasan di balik keputusan pembelian penggemar untuk membeli produk perasaan yang dijual oleh grup idola ini menjadi salah satu alasan kuat peneliti melakukan penelitian ini. Setelah proses observasi serta pengumpulan data

yang tidak singkat, akhirnya peneliti menemukan jawaban konkrit dari fenomena budaya populer satu ini. Kebutuhan akan figur pendukung menjadi alasan kuat bagi *Wota* untuk senantiasa membeli produk perasaan yang menawarkan interaksi singkat dengan sang idola.

Interaksi singkat bersifat parasosial yang terjalin antara penggemar JKT48 dengan sang idola ternyata memiliki makna mendalam bagi para *Wota*. Ketika publik awam menganggap kegiatan pengidolaan tersebut hanya sebatas hiburan untuk melerai penat, *Wota* memiliki perspektif lain dalam memandang kegiatan pengidolaan yang tidak pernah lelah mereka tekuni. Energi, motivasi, juga semangat hidup menjadi alasan di balik loyal dan royalnya *Wota* dalam menggemari JKT48. Grup idola ini diibaratkan bagai oasis di tengah gurun yang menawarkan harapan dan semangat baru bagi siapapun yang ada di sekitarnya. Kebahagiaan yang tadinya didapatkan hanya dari melihat sang idola menari di atas panggung berubah menjadi cahaya penuh harapan ketika sang penggemar masuk lebih dalam ke dunia pengidolaan ini.

Dunia pengidolaan memang kerap menawarkan kebahagiaan yang bersifat fana, namun hal tersebut dimaknai berbeda oleh salah satu narasumber. Yudha sadar sepenuhnya bahwa pengidolaan yang selama ini Ia lakukan memang dibatasi oleh tembok parasosial yang tidak bisa ditembus. Meski begitu, Yudha merasa bahwa energi yang Ia dapatkan dari kegiatan pengidolaan ini sudah menjadi kebutuhan emosionalnya. Alasan tersebut menjadi faktor kuat bagi dirinya untuk terus mengikuti segala aktivitas idolanya. Interaksi yang dijalin dengan sang idola menjadi sarana guna memenuhi kebutuhan batin di tengah berat kehidupan masa remajanya.

“Kalo aku nganggep jeketi sebagai hiburan ya, pengalihan dari beban hidup. Misal kalo di kuliah ada masalah atau lagi cape gitu ya larinya ke *jeketi*, entah dengerin lagunya, nonton *clip* di sosmed, atau dateng ke *event*. Apalagi kalo aku sendiri masih nganggep interaksi sama *member* itu sesuatu yang berharga, jadi kaya semacam *stress relief* gitu lah.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

Setali tiga uang dengan apa yang disampaikan Yudha, Tyas juga memaknai kegiatan peengidolaan sebagai sesuatu yang memiliki banyak nilai kehidupan di dalamnya. Pemaknaan mendalamnya terhadap kepenggemarannya terhadap JKT48 membuatnya banyak mendapatkan pelajaran yang berarti dalam hidupnya. Bagai sosok idola yang selayaknya menjadi panutan bagi penggemarnya, JKT48 menjadi figur yang tidak hanya menari untuk menghibur

penggemarnya dari atas panggung, melainkan grup idola ini membawa energi dan pesan positif bagi para penggemarnya lewat karya lagu maupun citra positif dan inspirasional yang ditampilkan oleh para anggota JKT48. Energi dan pesan positif yang dibawa oleh JKT48 dimaknai penggemar sebagai sebuah hal yang dapat menjadi motivasi dan dukungan untuk menjalani hidup.

“Ya, tadi di awal sempat dibahas ya kalo pintu masukku ke *fandom* ini lewat lagu, karena di awal suka lagunya, tapi untuk sekarang mungkin faktor yang cukup signifikan adalah pertemanan ya karena tadi aku sempat bilang aku pernah kehilangan kepercayaan diri yang emang runtuh se-runtuh-runtuhnya dan ketika aku dengerin lagu itu, semacam ada energi, motivasi yang dateng sehingga aku memberanikan diri untuk itu tadi, mulai berteman sama orang, yang mana sebenarnya itu ketakutan terbesar aku. Jadi gini, lebih kaya aku tuh pengen nyari temen, tapi aku takut nyari temen, nah baru dengan adanya *jeketi* dan *fandom*-nya ini aku bisa mulai berubah. (...) Kalo motivasi lainnya hmm, aku kaya kehilangan sosok sih, kehilangan sosok teman yang dipercaya, ini sebelum masuk *fandom* ya, jadi di sisi lain saat itu aku kehilangan kepercayaan diriku dan di saat yang bersamaan aku kehilangan rasa percaya kepada orang, jadi itu hilang semuanya, itulah yang membuat aku mungkin bisa dibilang bangkit ya. Ngeliat nuansa lagu, *performance* kaya tentang perpisahan gitu bikin aku warm gitu, seolah kaya disadarin *jeketi* kalo pertemanan tuh hangat loh sebenarnya, ga perlu takut.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)



Gambar 3.10 - Kebersamaan Tyas dengan "Keluarga" Baru dalam *Fandom*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Narasumber)

Pernyataan Tyas mengenai makna pengidolaannya tersebut memperkuat argumen pribadi peneliti yang memandang bahwa JKT48 dan *fandom*-nya merupakan sebuah kesatuan

yang saling berkesinambungan. Penggemar tidak hanya memandang makna pengidolaan dari satu variabel melainkan dua variabel, yaitu JKT48 secara grup dan lingkungan kepenggemaran/*fandom*. Jika kita menarik kembali pembahasan mengenai lonjakan jumlah penggemar dan fenomena fanatisme yang terjadi terhadap JKT48, peneliti memiliki asumsi pribadi bahwa fenomena tersebut terjadi tidak hanya berkat faktor grup itu sendiri melainkan terdapat faktor lingkungan kepenggemaran di baliknya. Seorang *Wota* memutuskan untuk menjadi penggemar JKT48 ketika Ia melihat nilai yang unik dari dunia pengidolaan ini. Lingkungan kepenggemaran dipandang sebagai hal yang tidak kalah menarik dibandingkan dengan grup idola itu sendiri.

Jika memandang JKT48 secara grup, *idol group* terbesar di Indonesia ini memiliki sistem keanggotaan yang unik. Regenerasi dipilih sebagai konsep yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi grup idola ini. Layaknya sebuah tim sepak bola, anggota grup ini datang pergi silih berganti, namun tidak dengan grup dan penggemarnya. Terdapat hal menarik yang peneliti temukan dari konsep regenerasi tersebut. Konsep regenerasi member yang dilakukan dari waktu ke waktu ternyata turut menciptakan fenomena regenerasi penggemar. Kuantitas penggemar dengan jumlah fantastis yang saat ini dimiliki oleh JKT48 tidak datang dari satu masa melainkan dari masa ke masa. Fenomena regenerasi anggota JKT48 yang melahirkan fenomena regenerasi *fans* tersebut menjadi jawaban di balik pertanyaan tentang rentang usia penggemar JKT48 yang sangat beragam, mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga lanjut usia.

Semakin dalam membahas tentang lingkungan kepenggemaran ini, semakin kuat pula argumen peneliti yang memandang bahwa *fandom* JKT48 merupakan *fandom* dengan kompleksitas tinggi dan memiliki dinamika yang menarik. Argumen tersebut diperkuat dengan ditemukannya temuan yang dapat dikatakan pembahasan lanjutan dari konsep regenerasi anggota JKT48 yang sebelumnya sudah disinggung. JKT48 merupakan sebuah grup idola yang memiliki banyak anggota. Hingga saat tulisan ini ditulis, *idol group* ini memiliki lebih dari 50 anggota aktif yang tergabung dalam grup ini. Dari kesaksian yang diutarakan narasumber, masing-masing anggota memiliki karakter, ciri khas, dan daya tarik masing-masing. Dari pernyataan tersebut, peneliti memiliki asumsi bahwa perbedaan karakter dari masing-masing anggota JKT48 bertujuan untuk mengakomodasi dan menggaet *fans* dalam kuantitas yang besar.

Hal tersebut ternyata diamini oleh salah satu narasumber yang menyatakan bahwa dengan beragamnya karakter dan *value* dari masing-masing *member*, hal tersebut dapat menjadi daya tarik dan memberikan perspektif lain dalam menggemari grup idola ini.

“Betul, ataupun ada juga yang dicari, contohnya tadi aku sama lulu, yang aku cari dari dia *vibe* positifnya, atau ke ella aku juga nyari *vibe* positifnya, atau kalo aku nyari yang punya *skill*, aku larinya ke sisca, jadi selain *relate* pengalaman hidupnya, kita juga kadang sengaja nyari gitu. Kadang walaupun *member* itu bukan favoritku, bisa jadi aku punya kesamaan sama dia, kita jadi punya *respect* gitu, jadi kalo kasusnya gitu aku menghargai dia sebagai *member jeketi* dan sekaligus menghargai dia sebagai manusia gitu. Kalo ada *member* yang tersakiti walau dia bukan oshiku aku juga jadi ikut sedih gitu, karena sebenarnya kalo kita ngomongin *jeketi* kan itu tentang seluruh *member*-nya ya bukan cuma tentang 1-2 *member* gitu.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

Pengalaman dan perasaan merupakan aspek krusial dalam kesuksesan JKT48 hingga saat ini. Konsep *marketing* yang mengedepankan pengalaman bagi para penggemar menjadi *unique selling point* yang tetap diterima bahkan makin relevan seiring berjalannya waktu. Peneliti memandang konsep marketing dari JKT48 tersebut sebagai hal yang unik dan tidak biasa. Peneliti juga berusaha menggali alasan dan motif di balik keputusan pembelian seorang *Wota* terhadap “jualan perasaan” yang selalu ditawarkan oleh JKT48. Peneliti menemukan sebuah temuan yang menyatakan bahwa kegiatan pengidolaan menjadi sebuah pengalaman emosional yang intens bagi penggemar JKT48. Kegiatan pengidolaan tidak hanya dipandang sebagai hiburan semata melainkan menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan emosional bagi seorang *Wota*.

“Dari awal jadi *fans* emang udah sadar ya kalo emang jeketi jualan perasaan lewat *fan service member*-nya, jadi kenapa aku tetep beli jualan perasaan mereka ya karena selain aku suka sama *member*-nya, aku juga butuh perasaan itu.” (Rif’an, 22 Tahun, Mahasiswa, Magelang)

Kegiatan pengidolaan sebagai pengalaman emosional yang intens guna memenuhi kebutuhan emosional juga diamini oleh dua narasumber penelitian asal Kota Semarang. Kehadiran sosok idola dalam kehidupan penggemar ternyata memiliki dampak emosional yang signifikan. Sang idola tidak hanya dipandang sebagai gadis remaja yang menari dan bernyanyi di atas panggung. Pesan dan energi positif yang disampaikan oleh sang idola melalui nyanyian, tarian, dan *fan service* menjadi suatu hal yang memiliki makna mendalam bagi para penggemar.

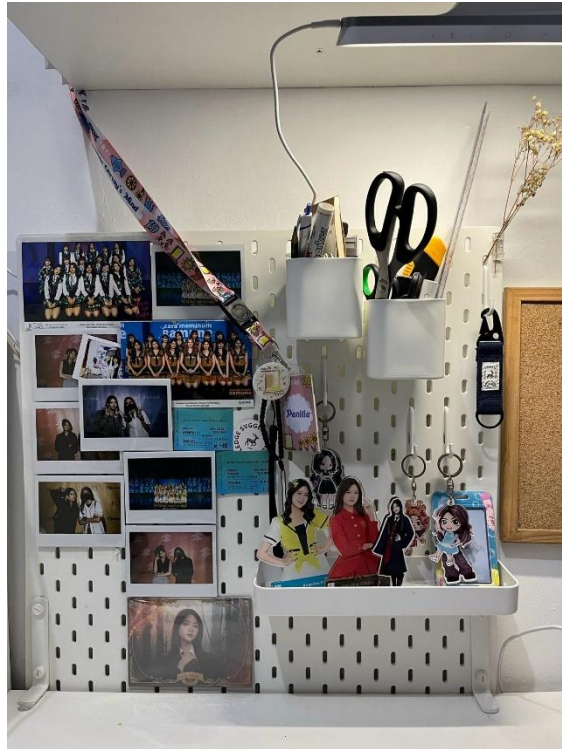
Kegiatan pengidolaan yang semula sebatas sebuah keinginan berubah menjadi kebutuhan emosional yang menjadi dasar loyalitas dan royalti para penggemar JKT48. Pembahasan mengenai teori afeksi yang dikemukakan oleh seorang peneliti menyatakan bahwa pengalaman dan emosi memiliki dampak langsung pada bagaimana seseorang melihat dunia dan menentukan tindakan (Truran, 2022). Jika dikaitkan dengan temuan tersebut, terpenuhinya kebutuhan emosional seorang penggemar JKT48 yang didapat dari interaksi dan *fan service* oleh sang idola menjadi alasan kuat di balik keputusan seorang penggemar untuk menggemari sang idola.

“Gini, waktu itu kan sempet ada masa covid dan semua orang merasa kesepian ya, termasuk saya sendiri. Saat itu butuh hiburan dan kebetulan ketemu *jeketi* via tiktok itu dan ternyata dengan kenal *jeketi* pada saat itu bisa bikin aku ga ngerasa sendirian di fase itu.” (Yessy, 22 Tahun, Mahasiswi, Semarang)

Lebih ke motivasi untuk menjalani keseharian supaya bisa lebih semangat, misal kalo ada masalah di hari itu, larinya ya ke *jeketi* entah buat nonton *performance* atau dengerin lagunya gitu. Begitu juga peran temen di *fandom*, mereka juga jadi motivasiku. Iyaa, aku butuh kehadiran *jeketi* dari sisi grup, *member*, dan temen-temen yang punya kebahagiaan yang sama.” (Feby, 23 tahun, Customer Service, Semarang)

*Idoling* atau kegiatan pengidolaan sebagai produk dari budaya populer membuka khazanah baru dalam kajian mengenai ilmu sosial. Banyak hal baru yang peneliti temukan dari perbincangan dengan narasumber penelitian ini. Mengidolakan seseorang ternyata tidak hanya didasari oleh kekaguman akan paras atau tampilan kasat mata. Penggemar sudah tumbuh dan berkembang sebagai audiens aktif yang peka terhadap konteks sosial dan kultural (Truran, 2022). Kegiatan pengidolaan sudah menjadi gaya hidup. Kompleksitas pengidolaan dalam *fandom* JKT48 melahirkan banyak temuan baru dalam ranah studi tentang penggemar. Kesenambungan antara sang idola dengan lingkungan kepenggemaran di sekitarnya menjadi hal unik sekaligus berdampak positif bagi para penggemar. Terdapat nilai kehidupan dari sebuah kegiatan pengidolaan yang kerap dipandang sebelah mata oleh masyarakat awam.

“Makna *jeketi* buatku tuh sebagai motivasi ya, *jeketi* juga ngasih banyak pelajaran mulai dari yang ringan kaya harus rajin nabung sampe yang agak berat kaya pentingnya untuk ga ngerasa sendiri karena ada *jeketi* dan *member*-nya yang bisa kita jadiin temen. Dari *jeketi* aku juga dapet *support system* yang sebelumnya ga aku punya, selain *jeketi* dan *member*-nya, temen *jeketian* juga aku anggap sebagai *support system*-ku. Intinya, *jeketi* punya peran besar dalam hidupku karena udah nyelamatin aku dari fase sendiri beberapa waktu lalu.” (Yessy, 22 Tahun, Mahasiswi, Semarang)



Gambar 3.11 - Koleksi *Merchandise* dan Potret Yessy dengan Sang Idola

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Narasumber)

### 3.3.3 Budaya Penggemar

Diskursus mengenai dinamika penggemar peneliti pandang sebagai hal yang sangat menarik di era konvergensi digital seperti ini. *Fan culture* atau budaya penggemar merupakan salah satu aspek menarik dalam pembahasan mengenai dinamika penggemar. Dari pengamatan yang peneliti lakukan terhadap beberapa lingkungan kepenggemaran, tidak dapat dipungkiri bahwa budaya penggemar adalah suatu hal yang dapat menghidupkan sebuah lingkungan kepenggemaran. Budaya penggemar sendiri dapat dimaknai sebagai segala kegiatan atau tindakan yang dilakukan seorang fans atau penggemar dalam suatu lingkungan kepenggemaran (Sa'diyah, 2019). Keberadaan budaya penggemar dapat meningkatkan daya tarik terhadap suatu *fandom* bahkan memiliki dampak positif pula bagi sang idola.

Berkembangnya dunia pengidolaan menciptakan beragam fenomena baru dalam lingkup kepenggemaran. Penggemar tidak lagi diposisikan sebagai konsumen atau audiens pasif melainkan sebagai produsen atau audiens aktif seperti yang disampaikan Jenkins dalam (Sa'diyah, 2019). Hal tersebut memungkinkan penggemar untuk mengeksplorasi kegiatan

pengidolaan lebih jauh yang membuat pengidolaan mereka menjadi lebih dinamis. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, peneliti memandang *fandom* JKT48 sebagai lingkungan kepenggemaran dengan kompleksitas tinggi dan dinamika yang menarik. Hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan budaya penggemar yang beragam.

*Fan Chant* atau teriakan dari penggemar yang ditujukan kepada sang idola menjadi salah satu budaya penggemar paling populer bagi para penggemar JKT48. Seorang peneliti mendefinisikan *fan chant* sebagai teriakan serempak yang dilakukan oleh penggemar dalam sebuah pertunjukan atau konser, penggemar mengucapkan kata atau frasa tertentu di sela-sela lagu (Hasby, 2013). Teriakan penuh energi yang dilontarkan penggemar kepada sang idola bagai sebuah interaksi semu penuh makna. Pertukaran energi dari sang penampil dengan audiens menjadi hal yang peneliti pandang sebagai suatu hal yang sangat menarik. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Yudha terhadap budaya penggemar ini. Teriakan penggemar dimaknai sebagai sebuah dukungan dan upaya timbal balik dari *fans* yang telah disuguhi pertunjukan dan energi dari sang idola.

“Gini, *chant* atau teriakan dari *fans* itu energi yang kita kasih ke *member* yang *perform* karena kan mereka tampil di atas panggung bawain lagu itu buat kita para *fans*, nahh kita sebagai yang disuguhi lagu itu memberikan *feedback* berupa *chant* itu yang tujuannya memang memberikan energi untuk mereka yang tampil di atas panggung.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)



Gambar 3.12 - Potret Wota saat Mempertunjukkan *Fan Chant*

(Sumber: xskipid.com)

Bentuk lain dari budaya penggemar yang peneliti temukan adalah *gift* atau pemberian hadiah dari penggemar kepada sang idola. Layaknya hubungan antar pasangan, pemberian hadiah dari *fans* kepada idol merupakan hal lumrah yang sudah dilakukan dari waktu ke waktu oleh penggemar JKT48. Kecintaan dan rasa sayang kepada Sang Idola menjadi motif utama bagi penggemar hingga akhirnya memutuskan untuk memberi persembahan kepada sang idola. Kaitan antara budaya pemberian hadiah dan idoling sebagai pengalaman emosional bagi penggemar JKT48 merupakan keniscayaan. Hadiah tidak hanya dipandang sebagai pemberian dalam bentuk materi kepada sang idola. Terdapat aspek emosional dan non-materiil yang terkandung dalam budaya pemberian hadiah ini. Tyas memandang budaya *gift* sebagai suatu bentuk kecintaan terhadap sang idola sekaligus bentuk ekspresi diri. Kesamaan pengalaman hidup dirinya dengan sang idola Ia pandang sebagai suatu hal dengan makna mendalam. Temuan ini sekali lagi menjadi bukti bahwa kegiatan pengidolaan tidak hanya sebatas hiburan ringan untuk melepas penat. Terdapat makna mendalam di balik dunia kepenggemaran grup idola asal Jakarta ini.

“Selama 2 tahun ya, lumayan banyak sih yang udah dilakuin, tapi tetep sesuai kapasitasku ya misal ngasih *gift*. Untuk *gift* sendiri aku selalu usahain kasih sentuhan *handmade*. Ohh sebelum itu aku mau cerita, *flashback* dikit, sebelum masuk *fandom jeketi* kan aku sempet melarikan diri ke beberapa daerah ya, istilahnya pergi aja ngikutin arah angin, waktu itu di sebuah kota aku melukis sebuah lukisan abstrak, curahan hati aku, tadinya lukisan itu mau aku simpen sendiri atau ya aku mikir aku bakal aku kasih lukisan itu buat orang yang layak dan pada akhirnya aku kasih lukisan itu ke *member*, aku kasih lukisan itu ke Adel, oshiku. Itu kalo ga salah lukisannya full merah dengan cipratan abu-abu dan putih dan ada satu goresan hitam yang tebal terus baru ukiran putih. (...) Marah, hilang jati diri, kita tenggelam dalam sebuah kegelapan. Yaa pengalaman hidupku. Aku kasih itu ke Adel karena dia adalah orang yang menyadarkan aku untuk baik sama orang lain, dia orang yang bikin aku berhasil *overcome* masalah yang aku hadapi saat itu.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

Keberadaan *fanbase* atau kelompok penggemar dalam *fandom* JKT48 juga turut memiliki andil dalam meramalkan dinamika lingkungan kepenggemaran grup idola ini. Sebelumnya peneliti sudah sempat menyinggung mengenai keberadaan *fanbase* dalam *fandom* JKT48 yang terbagi menjadi beberapa bagian seperti *fanbase personal member*, *fanbase regional*, dan kelompok penggemar yang tidak terikat dengan anggota maupun daerah tertentu. Pada bagian ini peneliti fokus membahas salah satu budaya penggemar yang identik dan sudah dilakukan secara turun temurun dari waktu ke waktu oleh *fanbase personal member*. Budaya

penggemar tersebut adalah proyek perayaan, sebuah kegiatan yang dilakukan oleh *fanbase* dalam rangka merayakan suatu pencapaian seorang *member* dalam grup idola ini.

JKT48 memiliki sebuah pertunjukan rutin yang digelar di *theater* JKT48 yang berlokasi di mall FX Sudirman. Setiap minggunya, grup idola ini menampilkan tiga sampai empat pertunjukan dengan *member* yang berbeda. Bagi sang idola sendiri, jumlah pertunjukan *theater* merupakan sebuah *milestone* pribadi yang menjadi catatan serta bukti eksistensi mereka di grup idola ini. *Milestone* tersebut dipandang sebagai sesuatu yang bermakna bagi sang idola dan juga sang penggemar, oleh karena itu setiap kali ada seorang *member* yang telah mencapai angka tertentu dalam penampilan pertunjukan, *fanbase* melakukan inisiatif untuk mengadakan sebuah proyek yang bertujuan untuk merayakan *milestone* sang idola.



Gambar 3.13 - Proyek Perayaan Ulang Tahun Salah Seorang Anggota JKT48

(Sumber: Akun X @A\_ChristyJKT48)

Budaya penggemar satu ini merupakan suatu hal yang menarik ketika kita memandang kegiatan pengidolaan ini dari perspektif sosial. Terdapat rasa peduli dan empati ditunjukkan *fanbase* melalui proyek yang didedikasikan untuk merayakan keberhasilan sang idola di grup JKT48. Seorang peneliti menyatakan bahwa di era konvergensi media, anak-anak muda urban penggemar budaya populer global adalah prosumer yang tidak hanya menjadi konsumen pasif yang menikmati teks budaya secara intertekstual, melainkan mereka juga penggemar yang aktif

sebagai produsen yang menciptakan teks budaya yang merupakan hasil dari kreativitas mereka bahkan sebagian penggemar cenderung bersikap kritis terhadap konten teks budaya populer (Sugihartati, 2017).

Koleksi pernak-pernik atau *merchandise* juga merupakan bentuk budaya penggemar yang populer dalam lingkungan kepenggemaran JKT48. Kepemilikan *merchandise* seolah tidak dapat dipisahkan dari pembahasan mengenai sebuah grup idola. Budaya penggemar satu ini bukanlah hal baru dalam sebuah lingkungan kepenggemaran. Melakukan pengidolaan kepada sang idola tanpa mengoleksi pernak-pernik bagai sayur tanpa garam. Dari enam narasumber yang peneliti temui, mereka semua kompak berpendapat bahwa koleksi *merchandise* seolah merupakan hal wajib dalam dunia kepenggemaran yang mereka jalani. Koleksi *merchandise* juga dapat dipandang sebagai bentuk dukungan kepada sang idola. Dukungan *fans* tidak hanya ditunjukkan melalui dukungan moril seperti *fan chant* melainkan juga dengan membeli *merchandise* yang dikeluarkan dari perusahaan sang idola kepada penggemar (Marwati, Rivan, & Diwangkara, 2024).

Dari sudut pandang awam, kerap kali terdapat pandangan bahwa koleksi pernak-pernik hanya sebatas hobi dan hal ringan dalam dunia pengidolaan. Bagi kritik akan pandangan tersebut, peneliti menemukan sebuah temuan yang menunjukkan bahwa kepemilikan *merchandise* memiliki makna yang lebih dalam dari hanya sekadar hobi. Dalam lingkungan kepenggemaran JKT48, kepemilikan *merchandise* dimaknai sebagai simbol dan bukti dari eksistensi seorang penggemar. *Merchandise* juga dipandang sebagai suatu hal yang memiliki sentimen perasaan tersendiri bagi para penggemar. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian mengenai dunia pengidolaan yang menyatakan bahwa penggemar memperoleh kepuasan diri dan penghargaan secara sosial terhadap koleksi *merchandise* yang dimiliki secara sosial. Hal tersebut didasarkan pada motivasi diri untuk mendapatkan validasi sebagai seorang penggemar sejati (Marwati, Rivan, & Diwangkara, 2024).

“Terus kalo untuk *gift* itu pertama sebagai oleh-oleh dari sebuah *event* dan ga sekadar oleh-oleh, *merch* itu aku ngeliatnya sebagai tanda aku pernah dateng ke *event* tertentu, misal *summer fest* gitu. Kaya waktu itu pas *single* sayonara crawl rilis aku beli kasetnya, *graduation* shani aku juga beli album *bundle*-nya, *single magic hour* aku juga beli bundlenya. Kedua aku mandang *merch* itu sebagai simbol seorang *fans* aja sih, tanda kalo aku bener-bener *fans* jeketi gitu.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)



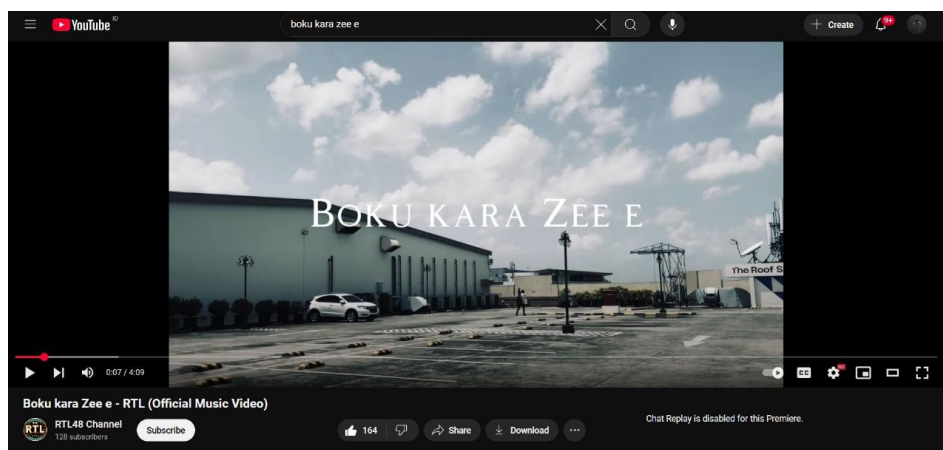
Gambar 3.14 - Koleksi Kepemilikan *Merchandise* Narasumber

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti dan Narasumber)

Temuan menarik lain yang peneliti temukan terkait budaya penggemar dalam *fandom* JKT48 adalah keberadaan karya penggemar. Sebagai audiens aktif, penggemar tidak hanya melangsungkan kegiatan konsumsi melalui media, melainkan juga melakukan kegiatan produksi yaitu dengan menciptakan karya sebagai hasil penerimaannya mengenai teks-teks media. Karya hasil buatan penggemar ini disebut dengan *fan production* (Sa'diyah, 2019). Dari pengamatan yang peneliti lakukan sebelum penelitian ini dimulai, peneliti menemukan beberapa *fan production* menarik seperti *dance cover*, *song cover*, dan *fanart*. Pada saat melakukan proses wawancara, peneliti menemukan temuan yang tidak kalah menarik bahkan peneliti pribadi berpendapat bahwa temuan budaya penggemar ini memiliki nilai yang amat sangat tinggi.

Salah seorang narasumber penelitian asal Magelang mengungkapkan bahwa kisah pengidolaannya terhadap JKT48 memiliki banyak warna, salah satunya adalah *fan production* dalam bentuk lagu yang Ia dedikasikan kepada sang idola. Lagu dipilih sebagai *fan production* yang Ia persembahkan kepada sang idola mengingat latar belakangnya dalam dunia musik. Kecintaan mendalam terhadap sang idola menjadi alasan utama di balik pembuatan karya tersebut. Afeksi berupa *fan service* yang diberikan oleh sang idola kepada Rif'an dianggap sebagai suatu hal yang signifikan dalam kehidupannya sebagai seorang remaja maupun sebagai seorang Wota. Penerimaan pesan dari sang idola dimaknai begitu dalam oleh Rif'an. Ketika seorang penggemar bersikap kritis pada konten teks budaya ternyata hal tersebut justru menjadi bahan acuan atau masukan untuk mereproduksi teks-teks budaya baru yang makin beranekaragam (Sugihartati, 2017).

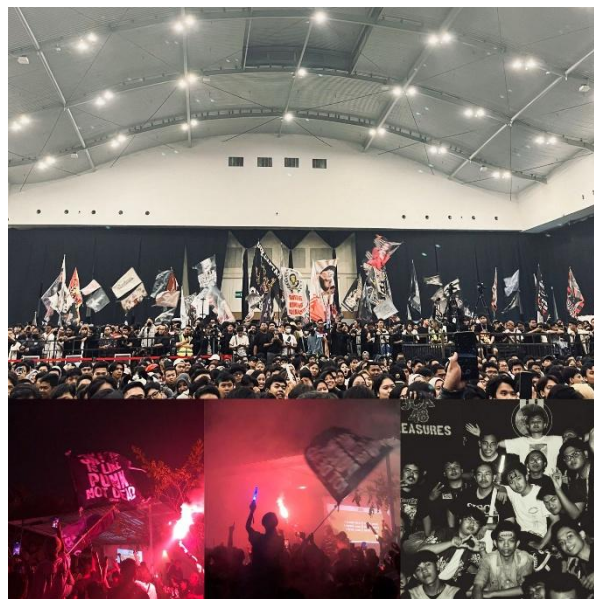
“Iyaa, jadi emang pernah bikin beberapa lagu buat Zee, kalo yang serius sampe rekaman gitu ada dua lagu, tapi kalo yang bikin asal aja ada juga beberapa. (...) Dari lagu pertama dulu ya, judulnya *Boku Kara Zee e*, itu cerita awalnya pas lagi video call sama Zee iseng bilang kalo pengen buatin dia lagu dan ternyata dia *excited*, padahal awalnya cuma iseng tapi ternyata di *video call* setelahnya ditagih terus. Tapi waktu itu kebetulan pas lagunya udah mau jadi, pas udah proses rekaman, ternyata di bulan itu aku ga dapet tiket *video call*, jadinya aku kasih tunjuk lagunya ke Zee di bulan berikutnya. Pas aku kasih tunjuk di *video call* itu, aku dengerin sedikit, bagian awalnya doang, barulah pas di *event meet and greet SHC Mei 2024* itu baru aku dengerin lagu versi lengkapnya, kebetulan pas di dalam bilik Zee-nya juga inget aku dan dia nagih pengen dengerin lagunya, cuma pas lagunya belum selesai udah keburu ditarik sama petugas *time-keeper*-nya, ganggu momen tuh hehe.” (Rif'an, 22 Tahun, Mahasiswa, Magelang)



Gambar 3.15 - *Music Video* dari Lagu Karya Rif'an yang Didedikasikan Kepada Idolanya

(Sumber: *Screenshot Akun YouTube @RTL48 Channel*)

Temuan selanjutnya mengenai budaya penggemar dalam lingkungan kepenggemaran JKT48 yang tidak kalah eksentrik dari pembahasannya sebelumnya adalah fenomena *fan culture* baru yang peneliti sebut dengan fenomena *mix culture*. *Mix culture* dalam lingkungan kepenggemaran JKT48 peneliti maknai sebagai gaya pengidolaan baru yang tidak terpaku pada gaya pengidolaan konvensional dengan sentuhan budaya Jepang seperti *fan chant*, *wotagei*, dan lain sebagainya. Fenomena gaya pengidolaan baru yang lahir beberapa waktu ke belakang ini peneliti pandang terinspirasi dari gaya pengidolaan pendukung tim sepak bola. Hal tersebut ditunjukkan dari temuan peneliti yang menemukan penggunaan atribut yang umum ditemui pada pendukung tim sepak bola seperti *giant flag* atau bendera berukuran besar dan suar atau biasa dikenal dengan sebutan *flare*.



Gambar 3.16 - Kultur Pengidolaan Baru dalam *Fandom* JKT48

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Fenomena *mix culture* ini menjadi menarik karena hal tersebut membuktikan bahwa lonjakan jumlah penggemar JKT48 dalam tiga tahun ke belakang turut melahirkan dinamika dalam lingkungan kepenggemaran. Kemunculan *fan culture* baru ini juga turut menjadi warna baru dalam lingkungan kepenggemaran JKT48. Lebih dari itu, peneliti memandang *mix culture* sebagai sebuah fenomena unik. Gaya pengidolaan baru yang tidak terpaku dengan gaya pengidolaan dengan bumbu budaya Jepang menjadi bukti ekspresi penggemar dalam menyikapi sebuah fenomena pengidolaan. *Giant flag* dengan gambar sang idola menjadi instrumen ekspresi

sekaligus bukti eksistensi dari penggemar dalam memberikan dukungan kepada sang idola. Tidak jarang pula terdapat *giant flag* dengan logo komunitas yang peneliti pandang sebagai upaya menegaskan eksistensi dan validasi dalam lingkungan kepenggemaran yang dinamis ini.

Ketika berbicara tentang *fandom* atau lingkungan kepenggemaran, budaya penggemar adalah topik yang haram untuk dilewatkan. Era konvergensi digital seperti saat ini memungkinkan penggemar berevolusi dari yang semula hanya sebatas penonton menjadi audiens aktif. Konvergensi digital juga memungkinkan produk dari budaya penggemar menjadi lebih beragam. Karya yang diproduksi oleh penggemar tidak terbatas pada karya fisik melainkan sudah merambah dalam versi digital. Meski begitu, era digital seperti saat ini tidak membatasi jenis produksi karya yang dilahirkan oleh penggemar. Metode analisis resepsi memandang audiens sebagai *producer of meaning* yang aktif menciptakan makna, bukan hanya sebagai konsumen dari isi media (Fathurizki & Malau, 2018).

Temuan terakhir peneliti terkait budaya penggemar dalam *fandom* JKT48 adalah karya seni berbentuk mural atau lukisan dinding dengan gambar salah seorang anggota JKT48. Setelah peneliti mencari informasi lebih lanjut, lukisan tersebut dibuat oleh *fanbase* anggota yang bersangkutan dalam rangka merayakan hari jadi anggota JKT48 tersebut. Temuan ini menegaskan adanya ikatan kuat antara penggemar dengan sang idola. Dukungan dan dedikasi dari penggemar senantiasa menemani sang idola tumbuh dan berkembang dalam grup idola ini.



Gambar 3.17 - Mural atau Lukisan Dinding dengan Gambar Salah Seorang Anggota JKT48

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

### 3.3.4 Simbiosis Mutualisme

Relasi antara sang idola dengan penggemar menjadi sebuah hal yang menjadi pokok perhatian pada pembahasan tentang dunia kepenggemaran JKT48. Interaksi parasosial yang terjalin antara penggemar dan sang idola menciptakan beragam makna. Resepsi masing-masing penggemar yang berbeda melahirkan dinamika menarik di antara penggemar grup idola ini. Pada pembahasan sebelumnya mengenai budaya penggemar peneliti sempat sedikit menyinggung mengenai hubungan antara sang idola dengan penggemar. Terdapat sebuah fenomena yang menunjukkan adanya rasa simpati dan empati tinggi ditunjukkan oleh penggemar kepada sang idola.

Dalam lingkungan kepenggemaran JKT48, sang idola dan penggemar memiliki relasi erat yang mana menjadi *unique selling point* dari grup idola ini. Lebih dari itu, relasi yang terjalin antara penggemar dengan sang idola memiliki nilai emosional yang tinggi. Energi dan semangat yang ditampilkan sang idola ditangkap oleh penggemar sebagai suatu hal yang inspirasional. Kegiatan pengidolaan tidak hanya menjadi hiburan semata melainkan menjadi motivasi hidup bagi para penggemar JKT48. Dari sisi lain, segala bentuk budaya penggemar yang dilakukan oleh para penggemar dipandang positif oleh sang idola. Simpati, empati, dan dedikasi yang ditunjukkan penggemar kepada sang idola dimaknai sebagai suntikan semangat bagi sang idola untuk terus bertahan di grup idola ini.

“Iyaa, aku juga mau bahas ini, aku berusaha menempatkan diri di posisi *member* ya. *Member* jeketi ini juga selalu memikirkan upaya untuk bisa dapet atensi dan dukungan dari para *fans*, mereka berpikir keras untuk bisa menjaring dan mendapatkan *fans* lebih banyak, bisa dibilang *member* itu berlomba secara internal untuk bisa dapetin hati *fans*. Kita semua tahu lah ya kalo di *jeketi* mereka ga cuma tampil secara grup, tapi mereka juga berlomba secara personal untuk menampilkan pesona mereka sendiri.” (Feby, 23 tahun, *Customer Service*, Semarang)

Meminjam konsep idola JKT48 yang mengedepankan prinsip “tumbuh dan berkembang bersama *fans*”, tidak aneh rasanya jika sang idola juga membutuhkan afeksi dalam bentuk perhatian dan dukungan dari para *fans*. Ketatnya persaingan antar anggota JKT48 untuk mengambil hati penggemar menjadi salah satu faktor yang menyebabkan konsep idola dari JKT48 tersebut tetap relevan hingga 13 tahun grup idola ini berdiri. Simbiosis mutualisme atau hubungan timbal balik antara penggemar dengan sang idola menjadi sebuah keniscayaan. Dukungan dan dedikasi yang diberikan penggemar menjadi bahan bakar bagi sang idola.

*Chant*, *giant flag*, dan apresiasi dari penggemar kepada sang idola yang merupakan produk dari budaya penggemar memiliki makna ganda dalam dunia pengidolaan JKT48. Bagi penggemar, segala bentuk budaya penggemar tersebut dimaknai sebagai ungkapan ekspresi atas kekaguman dan pengidolaan mereka kepada JKT48. Bagi sang idola, segala bentuk dukungan dan budaya penggemar yang diberikan *fans* menjadi sebuah semangat. Dukungan *fans* menjadi alasan untuk tetap bertahan menjadi idola di grup ini sekaligus memberikan energi positif bagi mereka yang selalu hadir menemani perjalanan sang idola dari waktu ke waktu.

“Oke, dulu pernah ada *member* yang cerita ke aku pas *meet and greet*, jadi mereka si *member* ini emang seneng kalo *fans* yang nonton itu nge-*chant* buat mereka, jadi misal ada *fans* yang neriakin nama mereka gitu. Jadi emang *chant* ini jadi budaya yang emang udah melekat di dunia *idol* macam jeketi ini. (...) Sebenarnya karena emang pada dasarnya *fans* ini kan tujuannya selain nyari hiburan juga buat ngedukung *member* dan grupnya, jadi proyekan dan lagu yang didekasiin buat *member* itu juga termasuk bentuk dukungan yang mungkin arahnya lebih ke apresiasi buat *member*-nya ya. Misal si *member* ulang tahun terus *fanbase*-nya bikin proyekan, itukan bentuk apresiasi sekaligus bentuk terima kasih dari *fans* karena memernya udah ada buat ngasih energi dan dukungan ke *fans*-nya. (...) Gini, kebetulan ini gracia sendiri yang cerita ke aku waktu itu, dia pernah bilang ada suatu ketika dia lagi *perform* di theater sama sekali gaada yang ngelirik dia dan dia ngerasa sedih akan hal itu. Mereka tetep butuh energi dari kita dalam bentuk perhatian dan pengakuan itu.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)



Gambar 3.18 - *Giant Flag* dengan Gambar Anggota JKT48

(Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Temuan yang menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara penggemar dan sang idola menjadi menarik ketika kita membandingkan fenomena yang terjadi pada lingkungan kepenggemaran lain. Peneliti sendiri tidak menemukan adanya fenomena serupa pada *fandom* lain selain JKT48. Dalam lingkungan kepenggemaran JKT48, sang idola merupakan objek utama dalam kegiatan pengidolaan yang dilakukan oleh para penggemar. Meski begitu, sang idola tidak dapat berdiri sendiri, *fans* memegang peranan penting dalam tumbuh dan berkembangnya sang idola dalam grup idola ini. Pada prakteknya, penggemar mendapatkan afeksi berupa energi positif dan motivasi untuk menjalani hidup dari sang idola, sedangkan sang idola mendapatkan afeksi berupa apresiasi, dukungan, dan dedikasi yang menjadi bahan bakar bagi sang idola untuk bertahan serta tumbuh berkembang sebagai idola di JKT48.

“Kalo dari aku sih itu lebih ke bentuk pertukaran energi dari *fans* ke *member*, *idol* yang perform di atas panggung. Mereka (*idol*) kan udah ngasih pertunjukkan buat kita para *fans*, nah kita sebagai *fans* juga ngasih energi buat idola yang kita tonton biar mereka semangat. Jadi hubungan *fans* sama artisnya itu mutualisme, saling membutuhkan, saling menyemangati. (...) Iyaa, bener. Walau memang tujuan utama kita *ngidol* itu untuk nyari kebahagiaan, tapi pada perjalanannya, secara sadar maupun tidak sadar, seolah kita ada kewajiban untuk mendukung *member* yang kita idolakan gitu. (...) Iyaa, betul banget. Seolah-olah jadinya posisi *member* dan *fans* itu setara, apa yang mereka udah kasih ke kita misal dalam bentuk *emotional support*, kita balikin ke mereka dengan bentuk yang lain, dalam konteks *sousenkyo* itu ya kita balik kasih dukungan ke *member* dalam bentuk *vote* untuk mendukung *goals* mereka.” (Feby, 23 tahun, *Customer Service*, Semarang)

Tumbuh dan berkembang bersama *fans* menjadi sebuah konsep yang sudah melekat kepada grup idola asal Jakarta ini. Konsep unik tersebut menjadi hal unik sekaligus daya tarik bagi penggemar grup idola ini. Konsep tersebut memungkinkan penggemar terlibat aktif dalam perjalanan dan tumbuh kembang baik sang idola secara personal maupun JKT48 secara grup. Teori audiens aktif yang memandang bahwa audiens tidak pasif dalam menerima pesan melainkan aktif menginterpretasikan, menegosiasikan, dan membentuk makna berdasarkan pengalaman pribadi dan konteks sosial menjadi sangat relevan ketika dikaitkan dengan konsep idola yang tumbuh berkembang bersama *fans*.

“Aku gatau secara detail karena aku bukan *idol* ya hehe, tapi kalo aku harus menempatkan diri sebagai *idol*, sebagai *member*, aku jadi merasa punya orang yang menghargai keberadaan aku sebagai idol di *jeketi*. Sama gini deh, kalo di *idol* kan ada budaya *gift* ya, *fan letter* gitu, kebetulan aku juga udah pernah ngasih beberapa kali dengan harapan dinotis dan lebih kepada itu tuh bentuk *support* kita sebagai *fans* dalam mendukung dia. Dan *gift* itu juga sebagai simbol kalo kita sebagai *fans* ini hadir, kita

ada di perjalanan dia sebagai idol gitu. (...) Tadi kita udah sempet bahas ya masalah timbal balik, jadi simpel sebenarnya, segala bentuk budaya penggemar itu kan adalah bentuk dukungan kepada grup maupun *member*-nya, jadi ibaratnya kita ngasih sesuatu ke mereka, mereka juga ngasih *feedback* ke kita berupa ya itu tadi, energi positif, dukungan emosional, dll. Simbiosisnya mutualisme lah.” (Tyas, 31 Tahun, Swasta, Banjarbaru)

### 3.4 “Perceraian” dengan JKT48

Cinta jadi benci tidak lagi menjadi sebuah ungkapan puitis melainkan sebuah realita yang terjadi dalam lingkungan kepenggemaran yang kompleks ini. Frasa “perceraian dengan JKT48” peneliti gunakan untuk menggambarkan sebuah fenomena eksentrik yang terjadi dalam *fandom* JKT48. Perceraian yang dimaksud oleh peneliti adalah sebuah kondisi ketika seorang *Wota* atau penggemar JKT48 mulai menarik diri dari lingkungan kepenggemaran. Dari kesaksian narasumber, pudarnya rasa ketertarikan terhadap grup dan sang idola menjadi faktor utama di balik keputusan mereka untuk mengurangi intensitas kegiatan pengidolaan bahkan hingga menarik diri sepenuhnya dari lingkungan kepenggemaran. Fenomena ini menjadi menarik karena masing-masing penggemar memiliki sudut pandang dan alasan masing-masing di balik keputusan mereka untuk berpisah dengan JKT48.

Temuan penelitian menemukan fakta bahwa loyalitas dan fanatisme tinggi yang ditunjukkan oleh seorang penggemar JKT48 ternyata dapat menemui titik akhir. Temuan ini peneliti pandang sebagai sebuah hal yang unik sekaligus sangat menarik. Peneliti juga merasa bahwa fenomena bercerainya seorang penggemar dengan sang idola merupakan hal baru dalam ranah kajian mengenai studi kepenggemaran. Hadirnya fenomena unik ini menjadi validasi bahwa lingkungan kepenggemaran JKT48 merupakan *fandom* dengan kompleksitas tinggi dan juga dinamis. Dunia kepenggemaran tidak selalu lekat dengan unsur kegembiraan, sikap kritis penggemar di era kini membuat dinamika rasa di antara para penggemar menjadi lebih kompleks.

Sebelumnya peneliti sudah sempat menyinggung mengenai konsep regenerasi anggota yang melahirkan fenomena regenerasi *fans* dalam *fandom* JKT48. Suksesnya regenerasi penggemar JKT48 yang terjadi beberapa tahun ke belakang ternyata juga turut melahirkan fenomena degenerasi penggemar. Salah seorang narasumber menyatakan bahwa kondisi

melonjaknya jumlah penggemar yang terjadi secara signifikan justru membuatnya merasa kurang nyaman untuk melanjutkan kegiatan pengidolaan. Berkurangnya waktu dan kesempatan untuk berinteraksi dengan sang idola menjadi alasan utama di balik pernyataan tersebut. Meningkatnya kuantitas penggemar juga melahirkan banyak oknum kurang bertanggung jawab yang pada akhirnya seolah merusak lingkungan kepenggemaran dari dalam. Hal tersebut menjadi alasan di balik perceraian Yudha dengan lingkungan kepenggemaran grup idola yang sudah menjadi bagian hidupnya selama kurang lebih selama 13 tahun.

“Kalo dari aku jujur pengen bisa ngerasain atmosfer yang kaya dulu sih, walau sekarang memang *jeketi fans*-nya mungkin bisa dibilang udah puluhan kali lipat dibanding aku awal ngidol dulu, tapi justru dengan kondisi yang sekarang udah rame ini bikin *feel* ngidolnya agak kurang, terutama kalo ngomongin interaksi sama *member*, dulu pas *fandom* belom rame kaya sekarang kan kita interaksi bisa intens karena dulu kalo *event* kan ga se-rame sekarang, jadi mereka lebih bisa perhatian ke *fans*, kalo sekarang kan udah selalu rame setiap *event*, tiket *video call* atau *meet and greet* gitu juga cepet abis, jadi peluang untuk interaksi jadi semakin kecil dan kepuasan pribadi kita dalam ngidol jadi berkurang.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)

Fenomena gejala batin yang dialami narasumber penelitian dapat dijelaskan lebih lanjut dengan menilik lebih dalam pada kajian komunikasi psikologis. Dalam kajian mengenai psikologi komunikasi, terdapat sebuah teori yang dikemukakan oleh Leon Festinger, teori tersebut adalah teori konflik kognitif. Dalam teori tersebut Ia menyatakan bahwa disonansi kognitif dapat terjadi ketika seseorang menyadari bahwa tindakan yang Ia lakukan tidak sesuai dengan apa yang menurutnya benar. Disonansi kognitif sendiri dapat dimaknai sebagai sebuah ditiuasi ketika seseorang memiliki dua pemikiran atau keyakinan bertentangan yang pada akhirnya menyebabkan ketidaknyamanan psikologis. Seseorang yang mengalami disonansi kognitif biasanya berusaha mengurangi konflik dengan mengubah salah satu pemikiran atau mencari pembenaran (Dewanti & Irwansyah, 2021).

Jika dikaitkan dengan fenomena “perceraian” dengan sang idola, narasumber penelitian yang kehilangan rasa terhadap dunia pengidolaan dan memutuskan untuk bercerai dengan idolanya mengalami disonansi kognitif yang disebabkan oleh dinamika dan pergeseran budaya pada lingkungan kepenggemaran JKT48. Dari kesaksian Yudha mengenai perceraianya dengan *fandom* JKT, peneliti memandang terdapat suatu hal yang menarik. Lonjakan jumlah penggemar yang memiliki dampak positif bagi JKT48 secara grup ternyata tidak dipandang

sama oleh penggemar. Berkurangnya intensitas dan keintiman interaksi yang disebabkan oleh lonjakan jumlah penggemar menjadi alasan di balik perbedaan pandangan Yudha tersebut.

Pada kenyataannya, dinamika dan pergeseran budaya *fandom* yang terjadi secara cepat membawa dampak positif bagi JKT48 secara grup ketika kita meninjau fenomena tersebut dari aspek popularitas dan bisnis. Meski begitu, hal tersebut tidak berbanding lurus dengan apa yang dirasakan penggemar. Sang penggemar cenderung mendambakan kondisi *fandom* yang kondusif, tidak terlalu ramai. Lonjakan jumlah penggemar dipandang sebagian kalangan penggemar sebagai sesuatu yang tidak menguntungkan bagi mereka yang sudah berkecimpung di dunia *idoling* ini untuk waktu yang lama.

“Misal sekarang ini kan ribut ga cuma antar *fans*, kadang *fans* sama *member* aja suka ribut, contohnya ada *fans* yang mempermasalahkan kelakuan dari si *member*-nya, kalo emang *member*-nya beneran salah sih oke ya ditegur, cuma kan seringnya *fans* ini subjektif, jadi karena emang ada dalam tanda kutip dendam sama *member* tertentu, jadi itu yang bikin mereka ngeributin *member* yang bersangkutan. Nahh kasus semacam itu kan bikin lingkungan *fandom* ini ga kondusif ya, itu sih mungkin juga yang bikin aku ngerasa sekarang *ngidol* ini agak beda, dalam konteks negatif ya.” (Yudha, 20 tahun, Mahasiswa, Sleman)



Gambar 3.19 - Cuitan Salah Seorang Penggemar JKT48 terkait Perceraian dengan JKT48

(Sumber: *Screenshot Akun X @Rantovl*)

### 3.5. Relasi Kompleks *Fans* dan Idola: Resepsi dalam Ruang yang Dinamis

Hubungan antara penggemar dengan sang idola pada *fandom* JKT48 menghadirkan sebuah pembahasan yang unik sekaligus eksentrik di saat yang bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari makna dari sebuah kegiatan pengidolaan yang dilakukan penggemar grup idola JKT48. Pada perjalanannya, peneliti menemukan berbagai temuan menarik mengenai relasi antara penggemar dengan sang idola. Tidak hanya itu, resepsi penggemar JKT48 dalam memandang diri mereka dan kaitannya dengan kegiatan pengidolaan yang mereka lakukan juga melahirkan sebuah pembahasan yang tidak terbayangkan oleh peneliti sebelumnya. Kompleksitas pengidolaan dalam *fandom* sebagai ruang yang dinamis turut melahirkan resepsi beragam dari enam narasumber yang merupakan penggemar JKT48.

Pada empat subbab yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti telah memaparkan temuan dan pembahasan dari hasil wawancara dengan narasumber penelitian ini. Terdapat begitu banyak aspek dalam kegiatan pengidolaan yang dilakukan oleh penggemar JKT48. Beragam aspek dari kegiatan pengidolaan tersebut peneliti maknai sebagai nilai *idoling* yang sekaligus merupakan bukti dari kompleksitas kegiatan pengidolaan sebagai budaya populer di era ini. Temuan penelitian ini seolah menjadi jawaban dan bantahan terhadap stigma negatif dari masyarakat awam tentang penggemar grup idola yang kerap dipandang miring. Segala hal di dunia ini terjadi bukan tanpa alasan, tidak terkecuali bagi penggemar JKT48 yang memutuskan untuk menjadi Wota. Terdapat makna kompleks yang menjadi alasan mereka mengidolakan seorang sosok yang tidak jarang hanya mereka dapat kagumi dari jauh.

Kegiatan pengidolaan yang dilakukan seorang *Wota* dalam menggemari dan mengagumi sang idola bagai sebuah kisah yang memiliki banyak babak. Dari kesaksian narasumber penelitian, terdapat beragam kisah awal pertemuan antara penggemar dengan sang idola. Ketertarikan terhadap seni pertunjukkan dan makna lagu menjadi dua faktor yang menjadi pintu masuk Tyas dan Feby ke dalam dunia pengidolaan ini. Tren media sosial juga turut menjadi faktor yang menjadi alasan Yessy dan Rif'an menggemari grup idola ini. Lebih dalam lagi, keberadaan *fandom* sebagai ruang ketiga yang memberikan rasa aman dan nyaman untuk membentuk identitas baru tanpa penghakiman menjadi alasan Yudha eksis dalam dunia *idoling* ini selama 13 tahun terakhir. Beragam pintu masuk ke dalam dunia pengidolaan sekali lagi menjadi bukti kompleksitas kegiatan pengidolaan grup idola lokal ini.

Relasi yang terjadi dalam lingkungan dan kegiatan pengidolaan JKT48 juga menjadi hal yang peneliti soroti pada penelitian ini. Peneliti membagi relasi dalam *fandom* JKT48 menjadi tiga jenis yaitu sosial, anti-sosial, dan parasosial. Relasi sosial yang dimaksud dalam konteks ini adalah hubungan antar sesama penggemar dalam *fandom*. Seluruh narasumber penelitian setuju bahwa mereka memiliki relasi sosial yang sangat baik antar sesama penggemar. *Fandom* menjadi tempat di mana penggemar dapat mencurahkan emosi dan ekspresi secara kolektif yang pada akhirnya menciptakan ikatan kekeluargaan antar sesama penggemar. Selanjutnya adalah relasi anti-sosial atau yang peneliti maknai sebagai segala tindakan yang bertentangan dengan etika dan norma yang seharusnya dilakukan dalam koridor pengidolaan. Fanatisme berlebihan yang ditunjukkan beberapa oknum *Wota* melahirkan sebuah fenomena anti-sosial dalam *fandom* JKT48. *Demachi* sebagai budaya penggemar disalahartikan sebagai tindakan melanggar hukum yang pada akhirnya cenderung menjadi gambaran sebuah perilaku *over idoling*. Terakhir adalah relasi parasosial yang juga terjalin antara penggemar dengan sang idola. JKT48 menganut konsep idola “*idol you can meet*” yang pada prakteknya memungkinkan penggemar dapat bertemu dan memiliki interaksi yang intens dengan sang idola. Interaksi yang terjadi dapat dilakukan melalui cara, seperti *event video call* yang rutin diadakan setiap bulan, *event meet and greet*, *event 2shot* di mana penggemar dapat berfoto berdua bersama sang idola, pertunjukan *theater* yang rutin diadakan setiap minggu, dan konser. Konsep “*idol you can meet*” yang pada akhirnya melahirkan relasi dan interaksi parasosial antara member JKT48 dengan penggemar menjadi *unique selling point* dari grup idola asal Jakarta yang masih eksis sejak 2011 hingga saat ini.

Resepsi audiens berkaitan erat dengan makna, pencarian makna pengidolaan penggemar kepada sang idola menjadi salah satu pokok dari penelitian ini. Dari temuan yang peneliti dapatkan di lapangan, peneliti menemukan empat makna utama dari kegiatan pengidolaan yang dilakukan para *Wota*. Kegiatan pengidolaan yang dilakukan penggemar JKT48 terjadi dalam sebuah lingkungan kepenggemaran atau *fandom*. *Fandom* sendiri dimaknai *Wota* sebagai sebuah ruang di mana mereka bebas mengekspresikan emosi dan karya. *Fandom* juga dianggap sebagai ruang ketiga di mana para penggemar dapat membentuk identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitarnya, dalam konteks ini oleh sesama penggemar. JKT48 sebagai sang idola turut dipandang sebagai figur pendukung atau kerap kali disebut dengan istilah *support system* bagi para penggemarnya. Interaksi parasosial yang terjalin antara

penggemar dengan sang idola menjadi sarana bagi penggemar untuk mencurahkan ekspresi sekaligus menumbuhkan rasa percaya diri. Pada prakteknya, dunia pengidolaan menjadi bisnis yang menjual perasaan dari sang idola kepada penggemar. JKT48 dan anggotanya dipandang sebagai figur yang menawarkan energi positif dan dukungan emosional yang pada akhirnya menciptakan loyalitas dan royalti penggemar kepada sang idola.

Temuan berikutnya pada bagian ini menemukan bahwa kegiatan pengidolaan tidak lepas dari aspek budaya penggemar atau *fan culture*. Pada era ini, penggemar telah berevolusi menjadi audiens aktif yang tidak hanya menerima pesan melainkan turut serta menginterpretasikan pesan menjadi makna dan juga aktif terlibat sebagai produsen makna itu sendiri. Adapun beberapa bentuk dari budaya penggemar yang populer dalam *fandom* JKT48 antara lain seperti *fan chant*, *fan letter*, *gift*, proyek *fanbase*, koleksi *merchandise*, *dance cover*, *song cover*, *fanart*, dan temuan baru yang peneliti namakan *mix culture*. Segala bentuk budaya penggemar tersebut didasari oleh rasa sayang, dedikasi, penghargaan kepada sang idola, dan sebagai balas budi penggemar kepada sang idola yang telah memberikan energi positif dan dukungan emosional kepada penggemar. Temuan terakhir pada bagian resepsi makna menemukan bahwa interaksi yang terjalin antara sang idola dengan penggemar dalam *fandom* JKT48 memiliki sifat timbal balik atau biasa disebut dengan simbiosis mutualisme. Relasi unik yang terjalin antara *Wota* dan sang idola memungkinkan kedua belah pihak untuk mendapatkan keuntungan masing-masing. Dari sisi penggemar, mereka mendapatkan suntikan moral dari sang idola berupa energi positif dan dukungan emosional yang diperoleh dari menyaksikan pertunjukkan serta interaksi personal yang terjalin *via event video call*, *meet and greet*, dan *2shot*. Dari sisi sang idola, segala dukungan yang diberikan penggemar baik dalam bentuk budaya penggemar atau dukungan dalam bentuk lain dipandang sebagai api harapan dan semangat yang menjadi bahan bakar untuk terus bertahan dalam grup idola JKT48. Dukungan penggemar juga memiliki dampak signifikan bagi sang idola untuk tetap berdiri di atas panggung dan memberikan energi positif bagi penggemar yang sekaligus berperan sebagai pendukung.

Refleksi terakhir dari temuan dan pembahasan penelitian ini adalah tentang fenomena eksentrik yang terjadi dalam lingkungan kepenggemaran JKT48. Fenomena “perceraian” oleh penggemar kepada sang idola menjadi temuan pamungkas sekaligus menjadi validasi dari kompleksitas lingkungan kepenggemaran JKT48. Lonjakan jumlah penggemar yang secara

umum merupakan sebuah hal positif dari sisi komersialitas bagi JKT48 secara grup dipandang berbeda oleh penggemar. Anomali terjadi ketika lonjakan jumlah penggemar tersebut justru membuat kecintaan penggemar (terutama penggemar lama) kepada sang idolanya memudar. Meningkatnya jumlah penggemar menyebabkan *demand* akan interaksi dengan sang idola melonjak menciptakan sebuah kondisi penggemar sulit mendapatkan tiket untuk melakukan interaksi dengan sang idola yang pada akhirnya mengurangi pengalaman pengidolaan yang dilakukan penggemar menjadi alasan di balik “perceraian” tersebut. Meningkatnya jumlah penggemar secara drastis juga membuat lingkungan kepenggemaran JKT48 memiliki karakteristik individu yang beragam. Ragam karakter individu yang bervariasi tersebut ternyata tidak sepenuhnya bisa diterima oleh semua penggemar. Narasumber penelitian mengungkapkan bahwa variasi karakteristik individu tersebut membuat kondisi *fandom* menjadi kurang kondusif sehingga turut menjadi faktor pendukung bagi penggemar untuk mengurangi intensitas pengidolaan dan bahkan berpisah dengan dunia kepenggemaran JKT48.

Pada awal penelitian, peneliti membawa empat teori utama yang menjadi bekal untuk melakukan penelitian ini. Peneliti berusaha mengaitkan empat teori tersebut dengan temuan yang peneliti temukan di lapangan. Media sosial menjadi salah satu faktor di balik lonjakan jumlah penggemar dengan kuantitas fantastis yang terjadi dalam lingkungan kepenggemaran JKT48. Pada uraian pembahasan mengenai pertemuan awal dengan idola, peneliti menyampaikan bahwa media sosial terutama tren terkini pada berbagai platform media sosial menjadi titik awal pengidolaan beberapa narasumber. Algoritma tren media sosial yang dinamis turut mendukung pertumbuhan kuantitas penggemar JKT48 *via* media sosial. Hal tersebut sejalan dengan uraian peneliti pada teori kajian *fans* dalam studi komunikasi yang menyatakan bahwa kegiatan pengidolaan identik dengan anak muda yang telah terpapar dan mengonsumsi konten dari media baru seperti media sosial Instagram, X, dan Tiktok. Selain itu, temuan mengenai budaya penggemar yang membuktikan partisipasi aktif penggemar sebagai *producer of meaning* juga sesuai dengan uraian yang peneliti jabarkan pada kerangka teori mengenai resepsi audiens yang memandang penggemar sebagai *producer of meaning* yang aktif menciptakan makna, bukan hanya sebagai konsumen dari isi media (Agusta, 2021). Teori selanjutnya mengenai industri *idol group* multinasional juga memiliki kesesuaian dengan temuan dari salah satu narasumber yang menyatakan bahwa pengidolaannya kepada JKT48 saat ini tidak lepas dari peran AKB48 sebagai *sister group* dari JKT48. Narasumber menyadari

bahwa dunia pengidolaan 48 group ini merupakan sebuah industri dengan sistem *franchise* yang berusaha menjangkau penggemar grup idola sekaligus mengenalkan budaya Jepang melalui grup idola yang tersebar di beberapa negara asia.

Teori utama terakhir yang peneliti bawa untuk mengawali penelitian ini adalah teori tentang loyalitas penggemar *idol group* di Indonesia. Peneliti berpendapat bahwa teori ini merupakan teori yang memiliki tingkat kesesuaian paling tinggi di antara teori lainnya. Pembahasan mengenai budaya penggemar dan simbiosis mutualisme antara penggemar dan sang idola yang peneliti uraikan pada teori tersebut sesuai dengan temuan yang peneliti dapatkan dari narasumber penelitian ini. Loyalitas terhadap sang idola yang didasari akan terpenuhinya kebutuhan emosional penggemar yang pada akhirnya disusul dengan dedikasi tinggi yang ditunjukkan penggemar kepada sang idola menjadi temuan yang menjadi validasi terhadap teori yang peneliti bawa sebelumnya.

Penelitian ini berangkat dari sebuah fenomena kepenggemaran dan memiliki tujuan untuk mengetahui makna dari pengidolaan yang dilakukan penggemar kepada idola. Pada bagian akhir ini, peneliti akan sedikit melakukan refleksi mengenai dua kata kunci penting pada penelitian ini yaitu makna dan relasi. Peneliti mendefinisikan makna sebagai suatu konstruksi yang dibangun oleh individu maupun kelompok terhadap suatu objek, dalam konteks ini idola dan kegiatan pengidolaan. Dari data yang terkumpul dari informan maupun pengamatan yang peneliti lakukan, makna pengidolaan dibentuk dari beberapa aspek seperti representasi idola di media yang dicitrakan sebagai figur ideal yang inspiratif, pengalaman pribadi masing-masing informan yang di antaranya menempatkan idola sebagai *role model* hingga penyemangat hidup, dan konteks sosial budaya yang memandang *fandom* sebagai sebuah ruang aman dan nyaman bagi penggemar untuk membentuk identitas diri. Kegiatan pengidolaan dipandang penggemar sebagai sebuah pengalaman emosional sehingga pada akhirnya makna idola dan *idoling* melekat pada nilai personal dan kehidupan penggemar.

Pada sisi lain, relasi peneliti definisikan sebagai segala bentuk hubungan sosial yang terjalin antara penggemar dengan idola baik secara langsung maupun dengan perantara. Dalam konteks pengidolaan, terdapat beberapa jenis relasi yang terjalin antara penggemar dengan idola, salah satunya seperti yang sebelumnya sudah diuraikan yaitu parasosial yang berarti hubungan/interaksi yang terjalin antara audiens/*fans* dengan figur yang ada di media/idola.

Interaksi parasosial yang terjalin antara penggemar dengan idola dapat dilakukan secara primer melalui berbagai *event* seperti *video call* dan *meet and greet* maupun secara sekunder melalui interaksi satu arah via media sosial, contohnya penggemar yang membalas cuitan Sang Idola. Jenis relasi lain dalam lingkungan kepenggemaran ini adalah hubungan yang terjalin antar *fans* maupun komunitas penggemar. Relasi yang terjalin dan berkembang dalam *fandom* antar sesama penggemar membangun sebuah makna kolektif terhadap Sang Idola.

Dalam diskursus mengenai studi kepenggemaran, peneliti memandang bahwa makna dan relasi merupakan dua hal yang saling bersinggungan. Makna tidak berdiri sendiri melainkan dibentuk melalui pesan-pesan yang terkandung dalam relasi. Sebagai contoh, ketika penggemar memandang Sang Idola sebagai juru selamat dan penyemangat hidup, maka relasi parasosial yang terjalin akan menjadi suatu hal yang kuat dan bersifat emosional. Sebaliknya, ketika penggemar berinteraksi dalam suatu komunitas kepenggemaran secara intens, makna terhadap kegiatan pengidolaan dapat berubah dari sekadar kekaguman semata menjadi sebuah identitas diri. Keberadaan makna dalam pengidolaan merupakan hasil dari konstruksi yang terjadi dalam relasi. Peneliti memandang studi pengidolaan tidak hanya tentang fanatisme semata, terdapat ruang interaksi sosial dan kultural yang kompleks dalam segala tindakan pengidolaan yang dilakukan penggemar terhadap idola.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Dari hasil temuan dan pembahasan yang kemudian dikaitkan dengan rumusan masalah dan teori yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan bahwa penggemar memiliki resepsi makna yang beragam mengenai kegiatan pengidolaan yang mereka lakukan kepada JKT48. *Fandom* atau lingkungan kepenggemaran JKT48 dimaknai sebagai sebuah ruang di mana penggemar dapat mencurahkan ekspresi diri dan membentuk identitas baru tanpa adanya penghakiman dari lingkungan sekitar. *Fanbase* yang menjadi bagian dari *fandom* juga dipandang sebagai sebuah ruang komunikasi yang aman dan nyaman bagi sesama penggemar untuk menyalurkan dukungan kepada JKT48. Terdapat beberapa jenis kelompok penggemar/*fanbase* dalam lingkungan kepenggemaran JKT48, beberapa di antaranya seperti *fanbase personal member*, *fanbase regional*, dan komunitas kepenggemaran yang tidak terafiliasi pada *member* tertentu.

Ketertarikan terhadap seni pertunjukkan dan makna lagu menjadi faktor yang menjadi alasan di balik lonjakan jumlah penggemar yang terjadi kepada JKT48 dalam tiga tahun ke belakang. Selain itu, tren populer media sosial seperti yang terjadi di *platform* Instagram dan X turut menjadi faktor meningkatnya popularitas JKT48. Melonjaknya jumlah penggemar secara fantastis melahirkan kompleksitas dalam lingkungan kepenggemaran JKT48. Terdapat tiga jenis relasi sosial yang ditunjukkan penggemar dalam kegiatan pengidolaan, yaitu sosial, anti-sosial, dan parasosial. Resepsi penggemar dalam memandang diri mereka dan memaknai hubungan pengidolaan kepada grup idola JKT48 melahirkan makna beragam. JKT48 dipandang sebagai sosok figur yang memberikan dukungan emosional mendalam kepada penggemarnya.

Penggemar juga menempatkan *fandom* sebagai lingkungan yang memberikan dampak positif dalam kehidupan mereka. *Fandom* dipandang sebagai teman, keluarga, bahkan *life saver* bagi penggemar. Pengidolaan kepada JKT48 dipandang sebagai *coping mechanism* dari kegelisahan akan kehidupan sosial. Wota memandang kegiatan pengidolaan sebagai sebuah pengalaman emosional intens yang memberikan banyak arti dan pelajaran hidup.

Selain sebagai penerima pesan dan penikmat konten dari sang idola dalam bentuk karya, pertunjukkan, dan *fan service*, penggemar turut mengidentifikasi diri mereka sebagai pendukung sang idola. Ragam budaya penggemar meliputi *fan chant*, *fan letter*, *gift*, proyek *fanbase*, koleksi *merchandise*, *dance cover*, *song cover*, dan *fanart* tidak hanya menjadi simbol eksistensi seorang penggemar melainkan hal tersebut merupakan bentuk dukungan yang diberikan penggemar kepada sang idola. Segala bentuk budaya penggemar tersebut menjadi bukti bahwa *Wota* merupakan audiens aktif yang tidak hanya menerima pesan dan konten secara mentah melainkan aktif dalam menginterpretasikan pesan secara mendalam dan turut aktif menjadi *producer of meaning*. Sebagai tambahan, kompleksitas pengidolaan kepada JKT48 melahirkan fenomena baru dalam ranah *fan studies*, yaitu fenomena “perceraian” antara penggemar dengan sang idola.

#### **4.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada pelaksanaannya, peneliti mengakui terdapat keterbatasan pada penelitian ini. Keterbatasan penelitian peneliti sadari ketika melakukan analisis pada bagian temuan dan pembahasan penelitian. Kompleksitas tinggi yang dimiliki lingkungan kepenggemaran JKT48 membuat peneliti perlu untuk membagi dan menjabarkan temuan yang peneliti temukan dari narasumber di lapangan menjadi beberapa subbab. Peneliti sudah menjabarkan temuan penelitian dengan rinci dan detail, namun peneliti tidak menutup mata bahwa terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan. Banyaknya temuan dan subbab atau cabang pembahasan pada penelitian ini menyebabkan analisis tidak dapat dilakukan secara detail dan mendalam, mengingat ruang lingkup dan koridor penelitian yang terbatas. Meski begitu, peneliti menganggap temuan baru yang belum dibahas mendalam pada penelitian ini sebagai *gap* yang memiliki potensi untuk menjadi penelitian baru dengan pembahasan menarik di masa yang akan datang.

#### **4.3 Saran**

Melihat keterbatasan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya dan mengingat banyaknya temuan baru terkait studi kepenggemaran yang belum dibahas lebih dalam pada penelitian ini, peneliti berharap hasil temuan penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan dan referensi peneliti di masa depan yang akan melakukan penelitian dengan topik dan ruang lingkup serupa. Beberapa temuan eksentrik pada penelitian ini terkait budaya penggemar, relasi

mutualisme Wota dengan sang idola, pola komunikasi antara penggemar dengan sang idola, dan “perceraian” penggemar dengan sang idola peneliti pandang memiliki potensi untuk lahir sebagai penelitian baru dengan pembahasan yang mendalam di masa yang akan datang.

## Daftar Pustaka

- Abduh , R. H., & Kamal, A. (2023). Relasi Sosial Etnis Tionghoa-Melayu di Kota Tanjungbalai Pasca Konflik Tahun 2016. *Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya* *Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya Vol. 6 No. 2, 2023. pp. 1-20. ISSN: 2599-2473, 7.*
- Adityarani, R., & Sinduwiatmo , K. (2024). Weverse Menghubungkan Boygroup Treasure dan Para Penggemar Mereka. *Communication Studies Journal, Volume: 1, Number 2, 2024, Page: 82-96, 2.*
- Agusta, R. (2021). Analisis Resepsi Audiens Remaja terhadap Romantisme Film Dilan 1990. *ProTVF, Volume 5, No. 1, 2021, hlm. 1-21, 6.*
- Ahmad, S. N., & Kristiutami, A. (2020). Celebrity Worship and Body Image Satisfaction: An Analytical Research among Adolescents in Tangerang Indonesia. 1.
- Al-Farouqi , A., Sutrisno, N., & Riswandi , B. A. (2020 ). THE LAW OF ANIME: OTAKU, COPYRIGHT, FAIR USE, AND IT'S INFRINGEMENTS IN INDONESIA. *Journal of Intellectual Property Vol. 1 No. 1 Tahun 2020, 4.*
- Amanda, A. N. (2022). ANALISIS FENOMENA FANDOM K-POP DALAM KAJIAN HUBUNGAN PARASOSIAL: LITERATUR REVIEW. *JURNAL PSIMAWA Vol. 5 No. 2 Desember 2022, Hal. 86 – 90, 2.*
- Angelica , D. M., & Fadli , Z. A. (2023). Communication Strategies Implemented by JKT48 Towards Fan Loyalty. 3.
- Bennett, L. (2014). Menelusuri Para Pemburu Teks: Refleksi atas perkembangan studi penggemar dan fandom digital. 7.
- Budiarti, E. P. (2022). Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT . 24.
- Dewanti, I. N., & Irwansyah. (2021). Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi Vol. 5, No. 1 (Juni 2021) 99-109 ISSN 2579-8332 (Online) / <http://u.lipi.go.id/1487661056>, 2.*
- Drg. K.R. Soegijono, MS. (1993). Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data. 18.
- Evans, A., & Stasi, M. (2014). Desperately seeking methods: new directions in fan studies research. 4.
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. (2018). PORNOGRAFI DALAM FILM: ANALISIS RESEPSI FILM “MEN, WOMEN & CHILDREN”. *ProTVF, Volume 2, Nomor 1, Maret 2018, Hal. 19-35 , 1-17.*
- Fauziah, E. (2022). Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap Perilaku Celebrity Worship Penggemar NCT (NCTZEN) Melalui Aplikasi Bubble LYSN. 64.

- Fulamah , F. N. (2015). Konstruksi Identitas Kelompok Penggemar (Fandom) Fanfiction di Kalangan Remaja Urban. 1.
- Gaffardan, M. A., Fatgehipon, A. H., & Hidayat, A. N. (2024). Konsep Diri Remaja Otaku (Studi pada Komunitas Jakarta Japan Lunatic Club di Universitas Negeri Jakarta). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara Vol : 1 No: 2, April - Mei 2024 E-ISSN : 3046-4560*, 2.
- Gunadi, D. F. (2023). Representasi Makna Perpisahan pada Lirik Lagu “Give Me Five” Karya JKT48: Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure. *JPN: Jurnal Pendidikan Non-formal Vol: 1, No 2, 2023, Page: 1-11*, 2.
- Gustia, E. (2017). Tampilan Perilaku Anti Sosial Pada Siswa Sekolah Dasar. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia) Volume 2 Nomor 2, 2017, hlm 1-9*, 2.
- Hasby, F. (2013). Fanbase Boyband Korea: Identifikasi Aktivitas Penggemar Indonesia. 8.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGEMAR KPOP DI SEMARANG. *Jurnal Empati, Volume 11, Nomor 01, Februari 2022, Halaman 56-60*, 1-5.
- Holbrook , & Schindler. (1991). Teori Nostalgia sebagai Alat Pemasaran. 3.
- Jeanette, M., & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi EISSN 2598 - 0785 Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 393-400*, 1-8.
- Kusnadi, D. (2017). PEMAKNAN MENJADI FANS DALAM SAHABAT SETIA ANDIEN. 1-10.
- Laily, N. (2020). Teori Sosial Empirik Untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah Skripsi Tesis dan Disertasi. 162.
- Lombu, C. S., Lattu, I. Y., & Pilakoannu, R. T. (2019). Ruang Ketiga dalam Perjumpaan Nias-Kristen dan Minangkabau-Muslim di Padang. *JURNAL KAWISTARA VOLUME 9 No. 3, 22 Desember 2019 Halaman 324—348*, 3.
- Manusov, V., & Harvey, J. H. (2001). Attribution, Communication Behavior, and Close Relationships. 1-16.
- Marwati, A. R., Rivan, M. W., & Diwangkara, R. (2024). STUDI ETNOGRAFI PERILAKU KONSUMTIF FANDOM NCT PADA PEMBELIAN ALBUM DAN MERCHANDISE K-POP. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi ISSN 2798-6535 Vol.4 No.2 September 2024*, 2-21.
- Mulya, S. N. (2019). FENOMENA PENGALAMAN PEMBENTUKAN KONSEP DIRI PENGGEMAR DALAM MENGIKUTI KEGIATAN "IDOL YOU CAN MEET" JKT48 DI THEATER JKT48 JAKARTA. 167.

- Natio , S. I., & Paramita, S. (2020). Peran Public Relations Industri Musik dalam Membangun Reputasi (Analisis Terhadap DX Entertainment JKT48). *Prologia EISSN 2598 - 0777 Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, Hal 324 – 331* , 1-8.
- Nehru, M. J., Tisnawati, E., & Ardyanto, S. (2019). Perancangan Ruang Ekspresi Remaja Pada Gelanggang Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Arsitektur PURWARUPA Volume 03 No 4 September 2019*, 1.
- Pohan , S., & Gustiana, Z. N. (2023). FENOMENA FANWAR DAN FANATISME ANTAR FANDOM K-POP DI MEDIA SOSIAL TWITTER. *Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat Volume 1 Nomor 3 Tahun 2023*, 2.
- Ramadhoni, A. E. (2019). Representasi Nostalgia Dalam Program Musik Memori Melodi Episode Tribute to Yon Koeswoyo di TVRI Nasional. 21.
- Riona, J., & Krisdinanto, N. (2021). Ketika Fans ‘Menikahi’ Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS. *AVANT GARDE, VOL. 09 NO. 01, Juni 2021, 16-34*, 4.
- Sa'diyah, S. S. (2019). BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter). 1-4.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *E-ISSN 2686-4924 P-ISSN 2686-5246*, 4.
- Sugihartati, R. (2017). SUBKULTUR ANAK MUDA DIGITAL FANDOM BUDAYA POPULER GLOBAL: Analisis Wacana tentang Konsumsi dan Produksi Makna Teks Budaya di Era Digital. 1-8.
- Truran, W. J. (2022). Affect Theory: Defining Affect Theory for Literary Studies. 2-3.
- Zahra, S. (2019). PENGGEMAR BUDAYA K-POP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). 11.

## LAMPIRAN #1 – Daftar Pertanyaan Wawancara

### A. Profil Narasumber

1. Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?
2. Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?
3. Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?
4. Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?
5. Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?
6. Apa yang anda rasakan setelah masuk dalam *fandom* ini?
7. Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?
8. Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor *member*, lagu, atau ada hal lain?
9. Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda?
10. Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan *idoling* anda?

### B. Budaya Penggemar

1. Apakah anda mengetahui mengenai budaya penggemar pada *fandom* JKT48?
2. Apa saja budaya penggemar JKT48 yang anda ketahui?
3. Apakah anda mengidentifikasi diri anda sebagai *fans* yang fanatik?
4. Apakah anda terlibat aktif dalam diskusi tentang dinamika yang terjadi pada *fandom* dan grup ini?
5. Bagaimana anda memandang berbagai budaya penggemar jika dikaitkan dengan dukungan kepada JKT48?
6. Apa saja kegiatan dalam ranah *idoling* yang anda pernah lakukan selama menjadi *fans* JKT48?
7. Menyambung pertanyaan sebelumnya, apa motivasi anda melakukan kegiatan tersebut.
8. Apa yang anda harapkan dari lingkungan sekitar anda dalam *fandom* seperti sesama fans, *member* JKT48, ataupun JKT48 sebagai grup ketika anda berkontribusi dalam sebuah kegiatan budaya penggemar?
9. Bagaimana anda memandang JKT48 serta lingkungan di sekitarnya (*fandom*) dalam kehidupan anda?
10. Apa yang sebenarnya anda cari sehingga akhirnya anda memutuskan untuk menjadi penggemar JKT48?

### C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna

1. Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan *idoling* ini?
2. Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah *idoling*?

3. Apakah anda turut serta mengoleksi *merchandise* JKT48?
4. Apa motivasi anda mengoleksi barang-barang tersebut?
5. Bagaimana JKT48 dan *fandom*-nya memengaruhi kehidupan anda?
6. Apa saja hal yang anda dapatkan selama mengikuti JKT48 dan berkegiatan di *fandom* ini? (materi dan non-materi)
7. Dalam dua tahun terakhir, terjadi sebuah fenomena fanatisme terhadap JKT48 oleh para penggemarnya, bagaimana pandangan anda sebagai fans terhadap fenomena yang masih berlangsung hingga saat ini?
8. Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?
9. Apa yang anda pribadi rasakan setelah membeli dan merasakan produk jual JKT48 yang berupa perasaan tersebut?
10. Apakah ke depan anda akan terus ada di *fandom* ini dan tetap mendukung JKT48? Atau akan ada masa jenuh?
11. Sampai kapan anda akan mendukung JKT48 dan apa alasan yang mungkin dapat membuat anda berhenti dari kegiatan *idoling* ini?

#### **D. Fenomena Fanatisme**

1. Apakah anda sadar dan mengetahui mengenai fenomena fanatisme yang terjadi di *fandom* JKT48 dalam beberapa waktu belakangan ini?
2. Menurut anda faktor apa yang memicu fenomena fanatisme dan lonjakan fans dengan jumlah yang fantastis ini?
3. Bagaimana anda memaknai fenomena fanatisme di *fandom* JKT48?
4. Apakah anda merasa fanatisme terhadap idola merupakan sesuatu yang positif atau negatif? Jelaskan!
5. Apakah anda mengklasifikasikan fanatisme penggemar dalam beberapa tingkatan? Jika iya, ada di tingkatan manakah anda saat ini?
6. Sebelumnya anda menegaskan bahwa anda merupakan seorang fans JKT48 yang fanatik, apakah bisa dijelaskan tentang bagaimana fanatisme anda terhadap JKT48 memengaruhi diri anda sebagai fans JKT48?
7. Apakah fanatisme anda terhadap JKT48 memiliki dampak terhadap diri anda secara personal?
8. Apakah menurut anda fanatisme terhadap JKT48 dapat dilakukan secara konsisten atau hanya terjadi ketika terdapat momentum tertentu?
9. JKT48 sedang mengadakan *sousenkyo* (pemilihan member untuk single terbaru), apa kontribusi yang telah anda berikan untuk mendukung *oshi/member* favorit anda?
10. Apa dasar anda melakukan hal tersebut?

## LAMPIRAN #2 – Transkrip Wawancara dan Pengkodean Data Wawancara

### Keterangan arti *qualitative colour coding*:

Parasosial	Yellow
Makna <i>Idoling</i>	Red
<i>Fan Culture</i>	Dark Blue
Dukungan	Green
<i>Hype</i>	Grey
Relasi	Light Blue
<i>Entertainment</i>	Dark Red
Anti-Sosial	Black

1. Fathan Aziz Riyadi

Kos Kramat, 20 Desember 2024.

Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Nama saya Fathan Aziz Riyadi, umur saya sekarang 25 tahun, untuk pekerjaan saya masih mahasiswa tetapi saya sudah menyelesaikan sidang skripsi saya.
Berarti ini tinggal wisuda apa gimana?	Ini lagi mengejar berkas yudisium.
Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?	Ya benar, saya seorang fans JKT48.
Kalo boleh tau dari kapan mas?	Sebenarnya kalo untuk tahunya udah lama ya, sejak pertama kali mereka debut, jadi pertama kali aku nonton JKT48 itu di layar TV di acara 100% ampun milik GTV tahun 2011, zaman aku SMP dulu.
Wah awal banget ya berarti?	Iya jaman smp dulu.
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	Kalau untuk tahu grupnya udah dari 2011, tapi ngikutin banget dan bisa dibbilang fanatik baru 2 tahun terakhir, mulai dari pertengahan tahun 2023.
Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Mungkin karena ini ya, karena awalnya cuma tahu doang dan aku kira jeketi udah bubar, ternyata masih ada. Pada tahun 2022 dikasih tahu temen kalo jeketi lagi ngadain <i>tour</i> di Jogja, di Sleman City Hall waktu itu, dan saat itu aku tahu kalo jeketi ternyata masih ada.
Berarti event di jogja tahun 2022 itu yang jadi titik awal mas fathan jadi penggemar JKT48?	Iyaa, betul.

Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	Iyaa ada, sebenarnya ga cuma temen sih, bahkan kakak juga seorang penggemar jeketi, justru kakak yang ngenalin lebih dalam. Tahun 2023 kemarin itu baru mengenal jeketi lebih dalam.
Berarti baru aktif dateng ke event dan intens ngidol baru tahun kemarin ya?	Iyaa.
Kalo selain kakak, ada temen lain?	Banyak sebenarnya kalo temen ya, ada dari idol lokal juga banyak.
Ohh berarti mas fathan juga berkecimpung di dunia idol lokal ya? Ga cuma di jeketi doang?	Iyaa bener.
Okee, di jogja banyak ya mas kalo denger-denger?	Kalo di jogja lumayan sih, terutama beberapa tahun ke belakang ini mulai muncul banyak grup baru.
Kalo bisa disebutin ada apa aja mas grupnya?	Ada kofi sekai, Minerva land, gochikara, dan masih banyak
Berarti industry idol lokal ini bertumbuh ya mas?	Iyaa benar, bertumbuh. Baik secara industri dan <i>fans</i> . Secara grup, <i>idol</i> lokal di jogja ini juga menunjukkan <i>prograss</i> yang cukup signifikan, contohnya beberapa waktu lalu ada kofi sekai yang diundang ngisi acara di Palembang. Biasanya kan diundang Cuma di lingkup pulau jawa aja, nahh ini bisa diundang sampai luar jawa menurutku sebuah <i>achievement</i> sih untuk grup <i>idol</i> lokal.
Berarti bisa disimpulkan kalo penggemar grup idola baik lokal maupun JKT48 saat ini sedang bertumbuh secara signifikan ya mas?	Iya benar mas, sangat bertumbuh, terutama pascacovid ini mas.
Oke, berarti tadi mas fathan bilang temen ada banyak ya, mulai dari kakak dan temen dari komunitas idol lokal, nahh itu dapet temen yang lumayan banyak itu dari mana mas, dari event kah?	Iyaa, beberapa dari event dan beberapa emang udah kenal.
Sering ya berarti mas fathan dateng ke event, konser gitu?	Iya mas, lumayan, kaya ke Jakarta gitu udah 3 kali, terus ke solo sekali tahun lalu. Yaa lumayan lah mas dapet temen baru buat nambah relasi. Nahh ini ada cerita kemaren pas anniv jeketi di Jakarta, jadi di venue saya ketemu temen lama saya di komunitas idol lokal dan ternyata dia juga dateng ke konser anniv jeketi kemaren, nahh disitu rasanya kaya ketemu keluarga jauh gitu, kekeluargaannya erat memang kalo sesama penggemar idol ketemu nih.
Kalo boleh tau gimana ikatan itu bisa muncul mas? Apa yang melatarbelakangi eratnya ikatan antar fans idol tersebut?	Pertama jelas karena intensnya interaksi yang kita lakukan, di <i>event</i> maupun di luar <i>event</i> , terus ada faktor lain juga seperti mungkin kita sebagai sesama <i>fans</i> idol ini punya frekuensi yang sama, jadi itu yang bikin ikatan kita kuat.
Apa yang anda rasakan setelah masuk dalam <i>fandom</i> ini?	Gini, jadi misal kita sedang <i>burnout</i> , sedang kosong, tidak ada kegiatan, <i>fandom</i> ini ngasih kita hiburan emosional gitu, walaupun si <i>idol</i> gatau keberadaan kita tapi itu cukup sih buatku untuk jadi hiburan semata.

Selain sebagai hiburan, apa yang mas fathan cari dari grup idola ini?	Sebenarnya kalo ngomongin apa yang dicari, setiap grup beda ya. Contohnya kalo kita ngomongin grup idol lokal, kalo mereka udah kaya bestie buatku.
Ohh berarti mas fathan kenal sama personil idol lokal itu?	Iyaa kenal, jadi memang ada kenalan personil <i>idol</i> lokal yang kemudian menjadi teman gitu, tapi ketika mereka <i>perform</i> , yaa kita menempatkan mereka sebagai seorang <i>performer/idol</i> dan kita sebagai audiens, sebagai <i>fans</i> gitu.
Wahh berarti ini saya malah ketemu sama ordal ya hehe. Tapi kan barusan kita ngomongin idol lokal yang mas fathan kenal dan anggap sebagai temen gitu karena memang ada kedekatan sebagai temen, nah kalo ngomongin JKT48 yang mana mas fathan juga gemari, itu gimana? Apa yang mas fathan cari?	Kalo dibilang apa yang dicari, gini, yaa lebih ke energi sih mas, energi positif itu ada dan banyak nilai lain yang bisa dipelajari. Contohnya dari idol kita bisa lebih menghargai hidup, karena dengan ngikutin mereka (idol) secara personal, kita sebagai fans jadi ikut belajar nilai-nilai yang mereka bawa, pesan yang mereka coba sampaikan juga.
Jadi seorang member jeketi gitu bisa membuat fansnya menghargai hidup? Tapi itu apa? Apa yang memernya lakukan kok fansnya terus bisa punya pemikiran seperti itu?	Jadi sebenarnya <i>simple</i> ya, aku liat si <i>member</i> -nya bahagia aja aku udah bisa merasakan energi positif dan kebahagiaan yang sama gitu.
Okee, dari yang saya tahu ya mas, kan member itu punya sosial media macem-macam, apakah dari situ member bisa memengaruhi fansnya?	Iyaa, jadi <i>based on social media</i> kalo aku sebagai <i>fans</i> ngerasa si member ini bisa menyalurkan pesan dan energi positif kepada fansnya. Jujur bisa dibilang lumayan <i>life changer</i> juga sih itu.
Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?	Kalo terafiliasi dengan <i>fanbase personal</i> member sih engga karena kan <i>fanbase</i> macem-macam ya, ada <i>fanbase personal member</i> , ada <i>fanbase regional</i> , dan ada juga sub-komunitas atau sekadar kelompok penggemar non-formal gitu. Jadi kalo aku gabungnya lebih ke komunitas non-formal gitu sih, di <i>online</i> ada di <i>real life</i> juga ada. Kalo di <i>online</i> di discord, namanya JKT48.exe. Kalo <i>offline</i> ada kelompok penggemar sub-komunitas dari komunitas regional jogja, temen barengan gitu, aku join di Jakal Atas Crew.
Okee, berarti tergabung ya di komunitas discord dan ada yg offline itu tadi, nah kalo event ke luar kota gitu suka barengan gitu mas sama komunitasnya?  Okee, berarti tergabung ya di komunitas discord dan ada yg offline itu tadi, nah kalo event ke luar kota gitu suka barengan gitu mas sama komunitasnya?	Iyaa suka bareng kalo ke luar kota ada <i>event</i> gitu, walau kadang kloter berangkatnya ga bareng tapi nanti pas udah sampe misal di Jakarta gitu ya kita bareng satu rombongan.
Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i> , lagu, atau ada hal lain?	Kalo dibilang motivasi sebenarnya ada beberapa ya, kalo pertama aku liat jeketi itu dari lagunya, aku selalu ngeliat liriknya, dan kalo aku suka sama lagunya bener-bener aku puter setiap hari.
Tapi sampe sekarang setiap hari dengerin lagu jeketi?	Iyaa, minimal dalam sehari 2 kali dengerin, misal kalo lagi di jalan terus pas lagi santai di kos.
Okee berarti lagu jadi salah satu faktor ya?	Iyaa, terus kalo faktor lain itu ada dari si memernya. Jadi di jeketi kan ada istilah <i>oshi</i> , jadi <i>oshi</i> tuh kaya member favorit kita di grup ini.

Siapa mas member favoritnya?	Eli sih, helisma putri, dia itu dari gen 7.
Ohh berrarti selain lagu, member itu juga jadi alasan mas fathan ngidol jeketi?	Iyaa bener, jadi kalo ngomongin Eli, aku seneng karena pembawaan dia di atas panggung terus <i>stage act performance</i> -nya juga, kehidupan luar panggungnya juga menarik gitu buatku.
Tadi kan kita sempet bahas kehidupan member di luar panggung, mas fathan mengidolakan eli juga apakah ada pertimbangan kehidupan eli di luar panggung?	Sebenarnya kalo pertama kali ngeidolain dia itu justru pas dia di atas panggung sih, liat senyumnya pas awal dulu, terus actnya dia di panggung <i>theater</i> , baru abis itu mulai kepo dia di sosmed, ngikutin <i>daily life</i> -nya dan menurutku dia di luar panggung orangnya lucu gitu, suka ceplas ceplos, pembawaannya fun gitu tapi tetep dewasa, jadi kita yang ngeliat juga jadi ikut ngerasain energy positifnya. Dia dewasa dalam artian bisa mengayomi sesama dan temen-temen dia di jeketi.
Jadi lagu sama si membernya itu jadi motivasi utama mas fathan dalam mengidolakan JKT48?	Iyaa bener dua faktor itu.
Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda?	Kalo aku selalu berusaha untuk berdampingan gitu dengan jeketi dan membernya, jadi kehidupan <i>real life</i> aku tetep jalan tapi di sisi lain aku juga pengen jeketi ada di hidupku. Jadi walau hidup lagi sibuk, lagi berat, tetep ada tempat buat jeketi karena emang aku memaknai jeketi ini sebagai <i>support system</i> , <i>emotional support</i> gitu.
Ohh tapi efektif itu mas jeketi sebagai support system?	Efektif iya efektif.
Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan <i>idoling</i> anda?	Kalo sebagai <i>fans</i> gitu sebenarnya ga bisa tinggi-tinggi sih, aku juga gabisa full 100% ngidol, jadi kalo dari skala 1-10, 7 sih sepertinya, iyaa lumayan tinggi sebenarnya, apalagi sebagai mahasiswa harus punya ini ya, selain keluarga, perlu <i>support system</i> lain dari luar buat jadi tambahan dukungan.
Okee, berarti cukup signifikan ya jeketi sebagai support system buat mas fathan, karena setara sama keluarga.	Iyaa betul.
Ohh tapi tadi mas fathan bilang kalo mas fathan ada di angka 7 gitu, berarti mas fathan ngeliat ada yang ngidolnya lebih dari masa fathan gitu?	Iyaa banyak mas, apalagi belakangan kan jeketi pertumbuhan fansnya lagi kenceng, sekarang banyak <i>fans</i> yang terbilang baru, terutama dari kalangan pelajar, bahkan sd smp gitu mas. Jadi memang bener-bener modal sosmed, mereka dateng ke <i>event</i> gratisan atau misal kalo jeketi dateng ke kota mereka.
<b>B. Budaya Penggemar</b>	
Apakah anda mengetahui mengenai budaya penggemar pada <i>fandom</i> JKT48?	Budaya penggemar ya? Oke, mungkin mulai dari ini aja ya, jadi ada budaya di kalangan <i>fans</i> terutama untuk <i>fans far</i> ( <i>fans</i> yg berdomisili di luar Jakarta) untuk ngunjungi <i>theater</i> JKT48 di mall fx sudirman lantai 4 ya, itu sih, dateng terus

	foto, liat-liat <i>theater</i> gitu, kaya seolah udah jadi kewajiban aja gitu berkunjung ke <i>theater</i> .
Udah jadi semacam ritual gitu ya mas?	Iyaa bener, mungkin bisa dibilang semacam ritual, karena menurut saya <i>theater</i> jeketi ini udah termasuk tempat yang sacral bagi fans karena menurut mereka tempat ini punya banyak cerita, banyak makna yang berarti, jadi ya gitu.
Oke, apalagi nih budaya penggemar, saya denger-denger ada yg namanya <i>demachi</i> ?	Ohh iya tau, cuma kebetulan saya gabisa komentar banyak soal itu?
Kenapa tuh mas? Apa karena konotasinya negatif?	Iyaa, kurang lebih kaya gitu dan kebetulan aku ga pernah ada di posisi itu sih. Tapi yang pasti memang ada sekelompok orang yang suka nungguin member selesai latihan sampe pagi, ngikutin sampe rumahnya gitu.
Kalo chant gitu gimana mas?	Yaa itu juga, bisa dibilang chant, teriakan penggemar itu juga bisa masuk ke dalam budaya di fandom jeketi ini ya, ga cuma di jeketi doang, chant itu memang budaya idol secara umum, termasuk di idol lokal juga. Ada juga namanya <i>wotagei</i> , itu kaya tarian penggemar menggunakan light stick gitu, yaa itu bentuk ekspresi diri dan penghormatan kepada idolanya yang lagi perform juga. Ohh iya, light stick itu juga termasuk budaya penggemar yang cukup populer ya, masyarakat umum juga udah pada tau. Kalo konser gitu pada bawa biasanya.
Apakah anda mengidentifikasi diri anda sebagai <i>fans</i> yang fanatik?	Sebenarnya kalo aku ngerasa biasa aja ya, cuma emang iya dalam dua tahun terakhir, ya bisa dibilang cukup fanatik lah.
Apakah anda terlibat aktif dalam diskusi tentang dinamika yang terjadi pada <i>fandom</i> dan grup ini?	Kalo di twitter gitu ya, sebenarnya lebih sering jadi pengamat sih, jadi kalo ada masalah atau apa gitu yang rame, lebih dulu nyari tahu konteksnya apa, baru kalo emang dirasa perlu nimbrung ya kadang suka komen-komen.
Bagaimana anda memandang berbagai budaya penggemar jika dikaitkan dengan dukungan kepada JKT48?	Yaa jadi bisa dibilang gini, pada dasarnya di jeketi ini fans dan member ini saling berdampingan, jadi kita saling ngedukung gitu, member kan ngasih kita dukungan emosional ya, energi, semangat, nahh kita sebagai fans juga ngasih <i>feedback</i> berupa dukungan ke si membernya. Apalagi kalo si member punya fans yg solid, fanbase yg solid gitu kan si membernya juga makin semangat jadi seorang idol.
Okee, itu saya denger katanya fans juga suka ada yg bikin lagu buat member ya mas?	Ohh iya, ada sih beberapa, ada beberapa orang yang punya <i>skill</i> musik terus mereka bikin lagu yang didedikasikan buat si member, atau ga jarang ada <i>fanbase</i> yang kerjasama sama orang yang punya kapasitas untuk bikin lagu buat si member itu, jadi ga selalu dari perseorangan.
Kalo mas fathan mandang budaya penggemar yang tujuannya ngedukung member itu gimana mas? Impact buat membernya itu gimana?	Akan sangat besar sih impactnya, baik buat member maupun buat fansnya, karena ada kasusnya ada fans yang bikin lagu buat member favoritnya dan ternyata lagu itu malah bisa diterima oleh masyarakat, iya jadi komersil gitu lagunya. Otomatis kalo lagu itu banyak yang dengerin kan si membernya juga makin keliatan kan namanya.
Apa saja kegiatan dalam ranah <i>idoling</i> yang anda pernah lakukan selama menjadi <i>fans</i> JKT48?	Kalo ranah <i>idoling</i> atau event ya? Yaa kalo selama ngidol ini sih selalu diusahain dateng ke <i>event</i> gitu ya, beli merchandise. Ngoleksi merch juga, kadnag dari <i>meet and greet</i> kan dapet bonus photocard, terus ini, kalo event suka nyari <i>freebies</i>

	juga. Sebenarnya kepikiran sih pengen bikin <i>merch unofficial</i> gitu kalo ada dana. Eh, tapi kemaren pas konser <i>anniv</i> jeketi juga sempet sih bikin kaos gitu tema jeketi. Nah itu kaos yg harapannya pengen dikomersilin.
6Menyambung pertanyaan sebelumnya, apa motivasi anda melakukan kegiatan tersebut.	Simple sih mas, karena emang suka aja, atas dasar kecintaan lah.
Apa yang anda harapkan dari lingkungan sekitar anda dalam fandom seperti sesama fans, <i>member</i> JKT48, ataupun JKT48 sebagai grup ketika anda berkontribusi dalam sebuah kegiatan budaya penggemar?	Gini, <i>fandom</i> ini kan sekarang udah besar ya, jumlah penggemar udah banyak, sarannya sih kalo misal ada ribut personal gitu diselesaiannya juga secara personal gitu, gausah bawa nama <i>fanbase</i> atau kelompok tertentu.
Ini kalo ngomongin perseteruan sesama fans ya?	Iya, karena pada dasarnya orang gamau tau sih masalah personal orang lain gitu.
Itu lewat sosmed mas?	Iyaa, kadang kan di fandom suka ada fans yg gasuka sama fans lain, gasuka personalnya. Yaa dinamika fandom sekarang emang lumayan. Fandom ini kan sekarang bukan cuma tentang kelompok, bukan cuma tentang <i>fanbase</i> , tapi ada yg personal juga.
Bagaimana anda memandang JKT48 serta lingkungan di sekitarnya ( <i>fandom</i> ) dalam kehidupan anda?	Kita ambil contoh ini ya, misal kalo ada perdebatan atau ribut-ribut di <i>fandom</i> , di twitter gitu, menurutku itu masih tergolong hal yang normal sih selama masih dalam batas wajar, tapi kalo udah sampe ngeributin hal yang ga perlu dan emang niatnya cari masalah gitu ya itu yang ga bener. Apalagi kalo ngeributin hal yang ga valid, beberapa kali pernah soalnya jatohnya hoax kan. Contohnya pernah ada salah satu member belajar bahasa isyarat dan ternyata ada yg kurang tepat gitu, pada akhirnya si member itu dihujat oleh sekelompok orang, maksudnya kan ga perlu sampe ngehujat gitu.
Kalo menurut mas fathan fandom sekarang masih bisa dibilang sehat atau udah toxic?	Kalo menurutku agak 50-50 sih, memang ada oknum yang bikin lingkungan fandom ini agak kurang sehat, tapi ga sedikit juga orang-orang yang dalam tanda kutip masih ngerawat <i>fandom</i> ini.
Apa yang sebenarnya anda cari sehingga akhirnya anda memutuskan untuk menjadi penggemar JKT48?	Yang jelas pertama hiburan ya, selain hiburan tentunya nyari temen ya, kita kalo dateng ke event gitu kan pasti dapet temen baru, selalu menyenangkan kan punya temen baru apalagi yang hobinya sama kaya kita. Yaa jadi di awal emang tujuannya cuma cari hiburan, tapi seiring berjalannya waktu dapet temen, relasi, sama pengalaman baru, ilmu juga.
<b>C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna</b>	
Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan <i>idoling</i> ini?	Mungkin kalo sebulan agak susah ya, mungkin tahunan aja kali ya, oke kita breakdown, untuk theater kebetulan aku belum pernah ya yang di pusat, paling banyak larinya ke merchandise kaya photopack, photocard, lanyard, kaos, sama <i>cardholder</i> .
Oke, itu belum sama akomodasi kalo ke luar kota gitu ya?	Iya belum.

Tahun ini udah dateng ke event apa aja nih mas, kan ada beberapa event besar tuh.	Tahun ini ya, aku dateng ke 3 event besar, jadi MnG di bulan mei, theater sementara jogja, MnG di jogja, sama konser anniv di Jakarta kemaren.
Dari semua event itu abis berapa mas?	Kurang lebih dua jutaan sih di tahun ini untuk beberapa event itu, tahun lalu malah sebenarnya pengeluaran agak besar, sekitaran dua juta setengah.
Lumayan juga ya mas jumlahnya untuk pengeluaran ngidol.	Iya lumayan mas, tapi masih banyak yg keluar lebih banyak mas hehe.
Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah <i>idoling</i> ?	Kalo tiap bulan kan sebenarnya jeketi ada event video call ya, Cuma kebetulan tahun ini aku cuma vc sekali doang, sama member namanya raisha. Kalo untuk kegiatan ngidol yang rutin sih paling dengerin lagu sama streaming theater, jadi dalam seminggu itu bisa nonton sekitar 2 sampai 4 show, tergantung jadwal pertunjukannya juga.
Apakah anda turut serta mengoleksi merchandise JKT48?	Iyaa, aku ada ngoleksi <i>photocard</i> , <i>photopack</i> , baju, lanyard, sama <i>cardholder</i> yang paling baru. Baju aku ada 3 yang official, ada 1 yang dari proyek kerjasama. PP dan PC juga ada dari beberapa edisi. Terus untuk lanyard juga ada 3 yang dari <i>official</i> .
Oke, cukup banyak berarti ya mas, nanti boleh liat ya mas.	Oke siap mas.
Apa motivasi anda mengoleksi barang-barang tersebut?	Sebenarnya emang karena suka aja ya, terus kan kalo kaya kaos sama lanyard gitu bisa dipake sehari-hari dan pas event gitu. Jadi beli merch emang karena selain cinta alesan lainnya juga karena fungsional gitu.
Berarti mas fathan emang udah ada di tahap kecintaan yang lumayan tinggi ya kalo ngeliat koleksi merchandise yang lumayan banyak dan beragam.	Iyaa mas.
Bagaimana JKT48 dan <i>fandom</i> -nya memengaruhi kehidupan anda?	Sebenarnya kalo ngomongin pengaruh yang signifikan lebih ke ini ya, dari <i>fandom</i> ini aku jadi punya banyak temen baru, kenalan, relasi. Kalo lebih jauh mungkin ini, pertemuan kita sama member itu kadang jadi sesuatu yang ditunggu karena seolah kalo kita ketemu sama member tuh energi full lagi gitu, iya jadi kaya <i>recharge</i> energi gitu, energi positif yang mereka bawa tuh nular ke kita.
Apa saja hal yang anda dapatkan selama mengikuti JKT48 dan berkegiatan di <i>fandom</i> ini? (materi dan non-materi)	Nahh kalo ngomongin materi yang didapat dari <i>fandom</i> sih kebetulan belom ada ya, karena memang dari awal ngidol ga diniatin untuk cari cuan disini. Mungkin kalo non-materi baru lumayan banyak, tadi juga udah sempet beberapa kali dibahas kaya misal dapet kesenangan batin dan relasi itu sih yang bener-bener hal bernilai yang aku dapet dari <i>fandom</i> ini.
Dalam dua tahun terakhir, terjadi sebuah fenomena fanatisme terhadap JKT48 oleh para	Oke, pertama saya setuju ya sama anggapan kalau <i>fandom</i> jeketi ini pertumbuhan secara kuantitasnya sangat masif dan

<p>penggemarnya, bagaimana pandangan anda sebagai fans terhadap fenomena yang masih berlangsung hingga saat ini?</p>	<p>memang iya, ada kecenderungan para <i>fans</i> ini untuk nge-<i>fans</i> secara fanatik, ya itu fenomena fanatisme itu.</p>
<p>Nah pandangan mas fathan terhadap fenomena itu gimana?</p>	<p>Oke, sebenarnya aku bukan pakar yang bisa ngobrol <i>by data</i> gitu ya, jadi akan aku bahas dari pengalamanku pribadi aja. Jadi awal tahun 2022 itu bisa dibilang jadi titik balik JKT48 ya, pada saat itu banyak bermunculan fans baru yang tahu jeketi dari sosmed kemudian datang ke event, bikin konten dan viral gitu. <i>Exposure</i> itu yang jadi salah satu pemicu lonjakan <i>fans</i> ini. Menurutku hal itu adalah sesuatu yang bagus ya buat grupnya, dan kalo ngomongin tentang fanatisme ini hal yang agak rumit ya karena cara ngidol orang kan beda-beda dan macam-macam tergantung dari orangnya. Aku lebih nyorotin yang jadi ketakutanku aja sih, kaya misal ada beberapa orang yang ngidol dengan cara yang agak nyeleweng gitu, jadi kan itu adalah hal yang ga sehat buat fandom ini, rusak dari dalam lah ibaratnya.</p>
<p>Apa kalo bisa disebut mas tindakan yang bisa ngerusak fandom dari dalam itu?</p>	<p>Ini, salah satunya kalo kita ngomongin <i>fanbase</i>, sering kali ada kecenderungan ketua-sentris, jadi terlalu menitikberatkan segala sesuatu kepada ketua. Terus di beberapa kejadian karena mungkin kan ngidol ini mahal ya, jadi pernah kejadian ada orang bawa kabur uang <i>fanbase</i> buat kepentingan pribadi atau buat ngidol.</p>
<p>Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?</p>	<p>Oke, kalo menurutku itu bisa iya bisa engga sih hehe.</p>
<p>Oke, mungkin 50-50 ya, ada yg memang perasaan ada yg ada bentuk aktualnya.</p>	<p>Iyaa, jadi kalo ditanya kenapa tertarik membeli karena pada awalnya ada rasa penasaran ya sama jualannya jeketi ini yang mana memang agak unik, contohnya ada <i>meet and greet</i>, ada <i>video call</i> sama <i>member</i> gitu, bukan sesuatu yang biasa kan itu. Dan yaa setelah rasa penasaran itu ilang muncul kecintaan tadi itu mas yang akhirnya bikin sampe sekarang masih rutin beli produk-produk jualannya jeketi.</p>
<p>Oke, berarti memang selain karena faktor penasaran di awal, faktor kecintaan itu jadi alasan di balik keputusan pembelian itu ya.</p>	<p>Iyaa betul.</p>
<p>Apa yang anda pribadi rasakan setelah membeli dan merasakan produk jual JKT48 yang berupa perasaan tersebut?</p>	<p>Yang pasti senang sih bisa ngobrol sama orang yang kita idolakan, kita kagumi gitu, pernah juga waktu itu beli 2shot, foto bareng gitu selain senang bisa ngobrol kan jadi ada kenang-kenangan foto bareng orang yang kita senengin gitu.</p>
<p>Apakah ke depan anda akan terus ada di <i>fandom</i> ini dan tetap mendukung JKT48? Atau akan ada masa jenuh?</p>	<p>Kalo dalam beberapa tahun ini mungkin belum ya.</p>
<p>Tapi pa pernah ada masa jenuh gitu mas?</p>	<p>Kalo masa jenuh pasti ada ya, beberapa kali, tapi ya itu wajar lah, ga bikin sampe yang pensiun, ninggalin dan ga nge-<i>fans</i></p>

	lagi gitu engga. Karena kan waktu itu jeketi pernah hampir bubar ya, jadi mending ngefans sampe bosan aja gapapa daripada harus pensiun gitu terus tiba-tiba grupnya bubar. Untuk saat ini masih ada rasa penasaran sih, pengen mencari tahu banyak hal tentang jeketi di masa depan.
Sampai kapan anda akan mendukung JKT48 dan apa alasan yang mungkin dapat membuat anda berhenti dari kegiatan <i>idoling</i> ini?	Untuk saat ini masih ada rasa penasaran sih, pengen mencari tahu banyak hal tentang jeketi di masa depan. Jadi belum ada kepikiran berhenti gitu.
<b>D. Fenomena Fanatisme</b>	
Apakah anda sadar dan mengetahui mengenai fenomena fanatisme yang terjadi di <i>fandom</i> JKT48 dalam beberapa waktu belakangan ini?	Ada beberapa sih kalo menurutku, sosmed itu pasti ya, apalagi sekarang sesuatu viral kan gampang banget ya, jadi dari <i>exposure</i> semacam itu yang menggaet <i>fans</i> baru untuk gabung. Pemberitaan media-media setiap kali jeketi ngadain konser gitu juga ngaruh banget sih menurutku.
Apakah anda merasa fanatisme terhadap idola merupakan sesuatu yang positif atau negatif? Jelaskan!	Aku mengibaratkan dan memaknai fanatisme ini sebagai pisau bermata dua, bisa positif dan bisa negative, kalo misalkan sisi positifnya adalah dari sudut pandang fans ya, kita bisa mengenal orang lebih banyak, relasi tadi yang sempet dibahas, nah sisi negatifnya adalah pemberitaan negatif yang makin banyak di-up sama media-media itu, karena kan semakin banyak fans makin macem-macem orangnya, dan ga sedikit juga kasus kontroversial yang ngelibatin fans misal pelecehan seksual, kelakuan fans yang di luar batas gitu kan bikin citra jeketi sebagai grup sekaligus juga citra fansnya jadi jelek, jadi ya itu sih yang aku takutin dari sisi negatifnya.
Oke, jadi kesimpulannya sebenarnya fanatisme itu bisa bikin fans kenal grup dan memberinya lebih dalam ya, tapi kalo kelewatan ya pasti ada hal buruk yang bikin citra grup dan fans jeketi jelek gitu ya mas?	Iya bener gitu mas.
Apakah anda mengklasifikasikan fanatisme penggemar dalam beberapa tingkatan? Jika iya, ada di tingkatan manakah anda saat ini?	Ohh engga sih, aku ga menggolongkan gitu. Selama masih dalam batas koridornya its oke ya.
Kalo menurut mas fathan ngidol yang berlebihan tuh kaya gimana?	Gini, misal ada member yang lagi skandal, berbuat kesalahan, tapi sama si fansnya ini malah dibela habis-habisan, itu kan fanatisme buta jatohnya.
Apakah fanatisme ada terhadap JKT48 memiliki dampak terhadap diri anda secara personal?	Mungkin lebih ngambil nilai, pelajaran hidup dari <i>fandom</i> ini ya, kalo aku kasih contoh kemaren ada fanbase dari greesel, degrees, jadi mereka pas qurban beli kambing yang diatasnamakan si greesel itu. Jadi kalo aku nangekepnya pengidolaan itu bisa dilakukan dengan banyak cara, salah satunya yang dilakuin degrees itu, dedikasinya ke member ditunjukin dengan berkorban atas nama greesel itu salut sih aku. Tahun lalu juga ada fanbase lain yang melakukan hal yang sama, ada fanbasenya ashel, ashelytic.

Apakah menurut anda fanatisme terhadap JKT48 dapat dilakukan secara konsisten atau hanya terjadi ketika terdapat momentum tertentu?	Ya namanya grup ya, pasti ada lahh 1-2 fans yang menghilang, tapi menurutku ga bakal sampe yang bikin grup ini sepi peminat sih kalo ngliaat dari <i>exposure</i> yang dikasih media ke jeketi saat ini. Justru bakal konsisten naik ini pertumbuhan <i>fans</i> kemungkinan.
Oke, ini aku mau cerita dikit, kemaren aku di jalan liat ada anak kecil pake string bag gambar Christy JKT48, nahn itukan nunjukin kalo jeketi ini sekarang digemari berbagai kelompok usia, kita tahu lah ada dari kakek-kakek, bapak-bapak, mas-mas kaya kita, sampe anak kecil sd gitu kan.	Iya bahkan yang saya lihat di <i>event</i> aja banyak anak kecil yang dateng ditemenin orang tuanya untuk ketemu idolanya, hal yang menarik banget sih itu.
JKT48 sedang mengadakan <i>sousenkyo</i> (pemilihan member untuk single terbaru), apa kontribusi yang telah anda berikan untuk mendukung oshi/member favorit anda?	Kalo <i>sousenkyo</i> tahun ini aku ada keluar materi ya untuk beli <i>vote</i> , jadi kan <i>vote</i> itu ada banyak bentuknya kaya misal kita beli chatime nanti dapet kode <i>vote</i> , nahn untuk <i>sousenkyo</i> tahun ini kontribusiku untuk dukung member favoritku ya itu, ngeluarin materi untuk kode <i>vote</i> itu sih. Selain itu paling sih cuma bisa kirim doa hehe, soalnya di sosmed aku juga ga mengkampanyekan yang gimana-gimana.

## 2. Azizah Septyaningtyas

Morse Café and Boardgame, 21 Desember 2024.

Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Oke, nama panggilan mungkin ya, nama saya tyas, umur 30 tahun, untuk pekerjaan saat ini saya merupakan seorang karyawan swasta.
Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?	Ee, bisa dibilang begitu, tapi masih baru, jadi mohon maaf jika belum banyak pengalamannya hehe.
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	Kalo resmi jadi <i>official fans club</i> , maksudnya yg daftar di <i>website</i> untuk jadi <i>fans</i> resmi itu tahun 2023 awal.
2023 awal itu mba tyas resmi jadi ofc ya, itu berarti yang bayar iuran tahunan itu ya mba?	Iyaa bener, iuran tahunan 200 ribu per tahun.
Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Alasan awalnya pasti kalo kita <i>flashback</i> mundur dulu ya, aku denger lagu 48 <i>group</i> pertama kali itu tahun 2012 kalo ga salah, waktu itu <i>Heavy Rotation</i> versi jeketi udah keluar tapi aku ga terlalu dengerin, nah yang aku dengerin itu ada 2 lagu, jadi itu lagu <i>graduation</i> -nya Atsuko Maeda, dia <i>member</i> AKB48, dia dikasih lagu <i>Yume no Kawa</i> dan dia ngebawain versi solo dari lagu <i>Sakura no Hanabiratachi</i> , versi lebih <i>ballad</i> -nya lagi. Jadi intinya aku memutuskan untuk jadi <i>fans</i> itu karena aku punya ikatan dengan seni dari lagu 48 <i>group</i> , termasuk jeketi juga.

Itu di tahun 2012? Tahun 2012 udah dengerin lagu dari 48 group?	Iyaa betul.
Oke, ngomong-ngomong tentang 48G, bisa dijelasin ga kaitannya 48G dengan JKT48?	Maap kalo salah ya, jadi gini, 48G itu berasal dari jepang, grup pertamanya itu ada AKB48 lalu ekspansi dibawa ke Jakarta pada tahun 2011itu sebagai <i>franchise overseas</i> pertama di luar jepang, jadi jeketi itu sister group pertama akb di luar jepang.
Oke, tapi kalo kita balik ke pertanyaan awal tadi alesannya karena lagu ya?	Iyaa lagu, karena lirik lagu.
Ohh lirik lagu ya? Mungkin bisa diceritain kenapa lirik lagunya kok bisa sampe bikin mba tyas termotivasi untuk jadi fans?	Sebenernya aku ga ngerti bahasa jepang awalnya, tapi entah kenapa lirik lagunya saat itu menyentuh, ditambah pada saat itu dibawain dengan versi yang lebih ballad lagi, kalo lagu aslinya kan dia pop-ballad, tapi pas dibawain atsuko maeda pas perpisahan itu dibuat balladnya lebih menonjol, nah kebetulan masa-masa itu adalah tahun terakhir aku di SMA, jadi kaya menyentuh aja gitu, liriknya walaupun aku ga ngerti tapi secara rima bagus terus musiknya juga bagus dan kebetulan nonton video setelah dia grad sama MV yume no kawa jadi kaya tersentuh aja, ngerasa kaya “ohh ini ya rasanya perpisahan” seperti itu sih.
Berarti ketika pertama kali ketemu sama lagu 48G itu kebetulan momennya pas dan mungkin secara lirik belum paham tapi tersentuh gitu ya, sehingga akhirnya <i>curious</i> gitu pada saat itu? Atau malah belum pada saat itu?	Di saat itu <i>curious</i> , ada beberapa lagu kaya iiwake maybe, river, dan ada beberapa lagu lain, cuma paling setelah itu makin suka dan penasaran lagi ketika jeketi rilis lagu yuuhi, lebih suka lagi lagu dan liriknya karena udah di-translate jadi versi bahasa Indonesia kan, tapi pada saat itu aku belum fanatik, belum ngikutin banget, masih sekadar suka aja sama lagunya. Jadi lebih ke pintu masuk aja sih itu dari lagunya. Nahh baru untuk bisa dibilang seneng sama jeketinya itu tahun 2022 agustus, itu selepas konser besarnya jeketi (heaven), dikasihtau temen kalo jeketi ternyata masih ada dan kebetulan ntah kenapa pada saat itu timeline aku isinya jeketi semua, kebetulannya lagi, yang muncul di timeline tuh lagu-lagunya jeketi, jadi bukan kaya gimmick member gitu. Jadi ya emang wota lagu banget lah hehe. Waktu itu di agustus 2022 yg bikin bener-bener aku masuk <i>fandom</i> itu lagu jiwaru days, karena ku ada untuk dirimu, sama satu lagi soramimi rock, baru lah setelah itu after rain, dll.
Okee, menarik banget, dan kalo seinget saya juga tahun 2022 terutama setelah tengah tahun juli itu adalah turning point jeketi sampe bisa terkenal kaya sekarang ini ya?	Iyaa bener, kasarannya sampe orang awam kaya saya ini notice lah.
Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	Oke, iya ada beberapa, jadi temen pertama itu temen kantor, dia waktu itu ngasitau kalo dia abis nonton konser, jadi setelah itu ya kita temenan, dan dia temen pertama aku di <i>fandom</i> jeketi, sampe sekarang juga kita masih saling kabar, misal kalo mau dateng ke sebuah event gitu kita pasti kabar-kabar, terutama yang di Jakarta gitu ya.

Oke, berarti itu tadi temen pertama ya, tapi kan seiring berjalannya waktu, mba tyas sering dateng ke event gitu, nah apakah dalam perjalanan itu mba tyas ketemu temen baru gitu?	Sebenarnya aku orangnya sangat tertutup ya, tapi memang dalam perjalanannya mau gamau pasti ketemu temen baru, tapi sebenarnya aku tipikal orang yang gabisa dalam grup besar, jadi lebih suka personal gitu, tapi ya gitu, dulu awal 2023 pas event MnG itu pertama kali dapet temen, jadi kenalan di event itu dan akhirnya kalo ke event gitu suka bareng.
Oke, tapi aku jadi penasaran juga, mba tyas ini masuk fandom karena ikutan temen atau emang karena keinginan sendiri?	Ohh kalo itu bener-bener keinginan sendiri, jadi bukan karena ngikut temen.
Berarti mba tyas ini jadi fans udah jalan berapa? 2/2 setengah tahun?	Berarti total kalo secara <i>official</i> udah mau dua tahun, tapi kalo dari awal intens jeketian ngidol gitu udah dua setengah tahun, intens dengerin lagu ngikutin update jeketi gitu.
Selama itu mba tyas aktif di fandom?	Kalo dibilang aktif yang bikin konten gitu engga sebenarnya, paling cuma ada satu konten, jadi aku lebih banyak ngeliatin <i>content creator</i> dan aktif di komen aja.
Apa yang anda rasakan setelah masuk dalam <i>fandom</i> ini?	Rasanya ya? Takut. Jadi kan gini, kita semua fans ini kan pasti punya alasan kenapa kita bisa punya sosok idol ya, kenapa kita masuk ke dunia kepenggemaran idol kita pasti punya latar belakang masing-masing, jujur ketika aku masuk ke fandom ini aku takut karena kita tahu sisi toxic dari fandom ini, dinamika dan lain-lain apalagi ketika mereka terlalu fanatic, makanya aku gamau terafiliasi okepada fanbase manapun. Karena kalo ditarik mundur, aku pernah merasakan yang namanya kehilangan kepercayaan diri sebagai manusia dan ketika aku mau masuk ke dalam sebuah circle itu aku pasti mikir-mikir.
Ohh oke, tapi sorry tadi mba tyas sempet nyebut kalo mba tyas sempet kehilangan kepercayaan diri sebagai manusia, apakah itu jadi salah satu faktor yang membuat mba tyas ngidol dan masuk ke fandom ini? Dan apa yang dicari saat itu?	Iyaa, gini, kenapa aku memilih jeketi dibanding idol lain korea misalnya itu pertama karena jeketi basenya di Indonesia yang pasti dan dia selalu punya program event reguler yang memungkinkan fans itu bisa ketemu sama idolanya, fanmeet gitu atau apapun yang memungkinkan kita sebagai fans bisa interaksi sama idolanya, dan intens gitu. Jadi yang sebenarnya aku cari dan aku butuhkan adalah si idolnya. Kalo ditanya kenapa aku bisa bergabung karena ya karena aku pengen dekat sama idol aja karena pertama si idol ini kan udah tersaring ya, punya kualifikasi. Walaupun gini, di setiap pertemuan kita dnegan si idol ini ada kemungkinan kita selalu dianggap orang baru bagi mereka, mereka ga kenal kita, tapi buat aku, ketika aku ketemu interaksi sama mereka, aku jadi keinget zaman dimana aku masih baik-baik aja.
Ketika masih baik-baik aja? Oke, ini menarik dan juga cukup berat ya?	Betul, memang agak berat, jadi <i>story behind all this</i> memang cukup berat, jadi sebenarnya aku sedang mencari teman, tapi teman yang aku butuhin itu ya si idol itu. Aku pengen mereka jadi temenku.
Oke, api setelah kurang lebih dua tahun mba tyas ngidol gitu, apakah yang mba tyas cari, kebutuhan akan teman itu terpenuhi atau gimana?	Ee, aku lebih tersadar bahwa idol akan tetep jadi idol, kita gabisa menjadikan dia sebagai teman seutuhnya, tapi nyatanya aku ketemu dengan orang lebih banyak lagi (sesame fans) di fandom ini yang unik-unik pastinya, yang latar

	<p>belakangnya lebih dark dari aku da nada beberapa juga dari mereka yang cerita kalo mereka berteman dengan keluarga dari member, punya relasi dengan member yang udah graduate (ex-member), jadi pengen gitu sebenarnya punya pengalaman yang sama kaya mereka, tapi aku tidak memaksakan diri sih.</p>
<p>Ohh, jadi mba tyas punya temen yang punya relasi sama keluarga member atau ex-member gitu ya?</p>	<p>Iyaa ada, tapi itu semua juga aku taunya ketika aku udah masuk lebih dalem di fandom ya, ketika punya banyak kenalan. Nahh dari situasi itu, ketika udah punya banyak temen di fandom gitu jadi menyadarkan aku kalo sebenarnya aku ga perlu takut untuk punya temen.</p>
<p>Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?</p>	<p>Iyaa, walaupun aku cukup intens ya ngidol jeketi cuma aku ga terdaftar, ga terafiliasi sama fanbase atau komunitas manapun, independen gitu. Kalaupun ada temen yang ngajak bareng gitu yaudah aku ngikut aja tapi tetep menekankan kalo aku ini independen, jadi memang belum bisa untuk gabung ke fanbase atau komunitas gitu.</p>
<p>Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i>, lagu, atau ada hal lain?</p>	<p>Yaa, tadi di awal sempet dibahas ya kalo pintu masukku ke fandom ini lewat lagu, karena di awal suka lagunya, tapi untuk sekarang mungkin faktor yang cukup signifikan adalah pertemanan ya karena tadi aku sempet bilang aku pernah kehilangan kepercayaan diri yang emang runtuh se-runtuh-runtuhnya dan ketika aku dengerin lagu itu, semacam ada energi, motivasi yang dateng sehingga aku memberanikan diri untuk itu tadi, mulai berteman sama orang, yang mana sebenarnya itu ketakutan terbesar aku. Jadi gini, lebih kaya aku tuh pengen nyari temen, tapi aku takut nyari temen, nah baru dengan adanya jeketi dan fandomnya ini aku bisa mulai berubah. Kalo motivasi lainnya hmm, aku kaya kehilangan sosok sih, kehilangan sosok teman yang dipercaya, ini sebelum masuk fandom ya, jadi di sisi lain saat itu aku kehilangan kepercayaan diriku dan di saat yang bersamaan aku kehilangan rasa percaya kepada orang, jadi itu hilang semuanya, itulah yang membuat aku mungkin bisa dibilang bangkit ya. Ngeliat nuansa lagu, performance kaya tentang perpisahan gitu bikin aku warm gitu, seolah kaya disadarin jeketi kalo pertemanan tuh hangat loh sebenarnya, ga perlu takut.</p>
<p>Wah oke, jadi ini kalo boleh saya simpulkan berarti JKT48 itu mengajarkan bahwa pertemanan itu bukan suatu hal yang perlu ditakuti ya?</p>	<p>Iyaa betul.</p>
<p>Dan kalo boleh tau darimana mba tyas mendapatkan segala pesan yang akhirnya bisa memotivasi mba tyas seperti itu? Dari daily life membernya kah atau gimana?</p>	<p>Pertama itu sebenarnya dari lagu anata dan jiwaru daysnya gaby warouw, exmemnya gen 1. Disitu, di performance itu kaya ngena gitu pesan yang disampaikan member yang tampil ngebawain lagu itu. Waktu itu juga zaman lagi covid, member lagi suka bikin circle gitu kaya ada JMT48, chikara, greshan, dll. Dari itu aku ngeliat pertemanan mereka kaya hangat banget. Itu yang jadi kaya pendorong motivasi untuk mulai berani berteman walau kalo mau realistis mungkin belum bisa sepenuhnya ya, tapi ada arah kesana.</p>

<p>Tapi memang ada pesan dan energi yang berusaha disampaikan jeketi dan membernya kepada fansnya gitu ya?</p>	<p>Iyaa, jadi kalo aku dapet energi positif tentang pertemanan itu sih dari mereka.</p>
<p>Oke, berarti itu tadi ya motivasinya dari lagu, liriknya juga, performance, stage act, koreo, dll itu jadi motivasi dan juga ada karena ngikutin daily life, pesan, energi yang disampaikan itu yang jadi beberapa motivasi dan alasan mba tyas untuk jadi penggemar jeketi gitu ya?</p>	<p>Iyaa betul.</p>
<p>Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda? As a group maupun member.</p>	<p>Gini, entah kenapa aku selalu menantikan theater reguler mereka, show mingguan, terutama untuk member-member inti ya, karena kalo trainee masih agak kurang ya, ya jadi entah kenapa aku selalu menantikan itu. Jadi kaya aku selalu butuh itu untuk kaya apa ya, kaya nge-up mood, jadi bisa dibilang posisinya itu kaya apa ya, adviser ya, hiburan yang selalu aku tunggu, kaya misal pas kecil kita kan selalu suka nunggu acara tv mingguan gitu kan, kurang lebih sama kaya gitu. Dan emang dari kecil aku emang suka kaya ngambil pesan, nasehat gitu dari apa yang aku tonton, jadi kaya iya itu sebagai adviser, entertainment, dopamine support lah. Kalo jeketi dan membernya dibilang support system kayanya engga deh, tapi justru orang-orang di dalem fandom itu yang mungkin bisa dibilang sebagai support system, jadi mereka juga alesan aku untuk stay di fandom ini gitu. Karena kita kan ada kesamaan interest gitu, frekuensinya sama, jadi nyaman gitu bisa bahas sesuatu yang gabisa dibahas sama temen kantor atau temen lain.</p>
<p>Okee, cukup berimpact ya, tapi tadi mba tyas sempet singgung soal theater mingguan, itu rutin mba?</p>	<p>Aku usahain rutin, walaupun aku gabisa nonton live, aku akan tetep beli dan aku save, ohh iya, btw aku beli streaming yg unoff ya, karena kalo yg <i>official</i> dari jeketinya kita gabisa nonton ulang. Sebenarnya kalo kita ngomongin support ke grupnya ya harusnya kita beli yg <i>official</i> ya, tapi berhubung yg <i>official</i> masih ada beberapa kelemahan kaya gabisa ditonton ulang, jadi aku untuk semetara beli dari <i>re-streamer</i> gitu. Oke, jadi ngomongin tentang rutin tadi, jadi minimal aku seminggu sekali lah, atau kalo bisa semua show member inti yang ada di minggu itu aku usahain tonton.</p>
<p>Ohh iya, mumpung ngomongin member nih, mba tyas ada member favorit di jeketi?</p>	<p>Wah, untuk member favorit ya hehe, jadi kemaren kan jeketi abis ngadain sousenkyo, pemilunya jeketi lah, itu disitu aku dukung lulu, lulu gen 8. Bisa dibilang lulu adalah salah satu member favoritku, iya salah satu karena aku emang ada beberapa. Kebetulan aku pasang semua di header twitterku, mereka semua member yang selamat dari restrukturisasi pascacovid ya, ada 7 member. Kalo membernya yang lagi on-going itu ada lulu, ella, oniel, olla, eli, sama jessi.</p>
<p>Ohh oke ada 7 ya, dan dari ke-tujuh member itu mba tyas pasti ngeliat ada value yang berbeda ya dari masing-masing mereka?</p>	<p>Betul, ada value yang beda-beda dari mereka semua, dan untuk lulu kebetulan pertemuanku sama dia agak unik berbeda nih, waktu itu jadi lagi ada event MnG dan aku lagi nunggu antrian mau masuk bilik terus kebetulan aku liat bilik lulu ini kosong, belum sold out, dan di momen itu ketika aku ngeliat antrian MnG dia kosong aku seakan ada perasaan,</p>

	bukan kasihan ya, lebih ke relate bahwa rasa sepi itu ga enak loh.
Jadi mba tyas merasakan apa yang dia rasakan?	Iyaa seolah olah aku ngerasain apa yang dia rasain, dan setelah momen itu aku langsung tuh beli MnG dia, kebetulan masih bisa dibeli kan, jadi relate karena sepi, relate sama perasaan kaya seolah kita ga dibutuhkan di dunia, kita ga dicari orang, itu yang aku rasain ketika saat itu liat lulu. Sama kaya aku yang pernah ngerasain di posisi ga dibutuhkan orang lain terus aku juga merasa ga dicari sama orang lain dan sepi aja gitu. Saat liat lulu itu aku ngerasa sedih yaa, jadi beli lah aku dan pas masuk biliknya ternyata dia se-seru itu orangnya dan dibandingkan oshiku waktu itu juju raja lulu kebih seru.
Siapa oshinya waktu itu?	Adel.
Apakah setelah momen itu mba tyas oleng ke lulu?	Nambah sih, bukan oleng hehe. Karena aku juga punya alasan tersendiri untuk mertahanin adel.
Oke, berarti sejak momen itu mba tyas memutuskan untuk nambahin lulu jadi oshi ya dan alesannya karena tadi, relate sama posisi lulu ya?	Iyaa bener, dan gini, kamu pernah denger quotes kalo kita punya idola, jangan pernah menemuinya karena ekspektasi kita akan turun dan itu yang aku rasakan sama adel. Adel tuh kan di sosmed, di live orangnya sangat warm, ramah ke temen-temennya, tapi di saat itu mungkin momennya sedang tidak pas jadi dia diem, tidak sesuai ekspektasi tapi aku tetep mempertahankan dia sebagai oshi karena ada hal yang aku relate juga dari dia.
Oke, berarti kalo aku boleh simpulin alasan mba tyas mengidolan seorang member itu karena ada kesamaan gitu ya kurang lebih?	Iyaa, kesamaan rasa, kesamaan pengalaman, contohnya kaya gaby tuh kan karena dia gen 1 terakhir jadi aku ngerasain betapa hebat perjuangannya dia walau mungkin kurang dapat spotlight kalo dibandingin sama temen se-generasinya, jadi kaya aku ngerasain aja ga dapet perhatian dari lingkungan sekitarmu adalah sebuah hal yang ga mengesankan, dan dari gaby aku jadi ngerasa kalo emang ga semua orang punya kesempatan yang sama. Tapi ada juga member yang aku suka murni karena skillnya, namanya sisca, sisca saras, dia ada skill nyanyi. Kebetulan dia udah lulus dari jeketi dan udah punya karir bermusiknya.
Berarti kehidupan member jeketi ini kaya simulasi kehidupan mini gitu bener ya?	Yes bener, dan itu ada di setiap member, beda member beda path kehidupan yang ditampilkan, contohnya aku ngerasa jadi seorang kakak ketika ketemu si member ini, aku ngerasa jadi orang yang ga dapet spotlight ketika liat si member itu, gitu.
Oke, berarti apakah itu juga jadi alasan kenapa fans yang banyak ini oshinya juga macem-maceem, karena mereka juga nyari member yang pengalaman hidupnya mirip gitu?	Betul, ataupun ada juga yang dicari, contohnya tadi aku sama lulu, yang aku cari dari dia vibe positifnya, atau ke ella aku juga nyari vibe positifnya, atau kalo aku nyari yang punya skill, aku larinya ke sisca, jadi selain relate pengalaman hidupnya, kita juga kadang sengaja nyari gitu. Kadang walaupun member itu bukan favoritku, bisa jadi aku punya kesamaan sama dia, kita jadi punya respect gitu, jadi kalo kasusnya gitu aku menghargai dia sebagai member jeketi dan sekaligus menghargai dia sebagai manusia gitu. Kalo ada member yang tersakiti walau dia bukan oshiku aku juga jadi

	ikut sedih gitu, karena sebenarnya kalo kita ngomongin jeketi kan itu tentang seluruh memebnya ya bukan cuma tentang 1-2 member gitu.
Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan <i>idoling</i> anda?	Bisa dibilang 6 atau 7 ya karena aku sadar banyak orang yang jauh lebih fanatik dari aku, aku gam au bilang 8 karena 8 menurutku udah tinggi banget ya.
Oke, kalo mba tyas bisa nyebut angka segitu berarti mba tyas tahu ada orang yang lebih-lebih ngidolnya dari mba tyas gitu?	Iyaa, aku tau.
Itu gimana mba mereka ngidolnya katakan yang di angka 8 sampe 10?	Misal gini, mereka itu vc setiap bulan reguler, setiap <i>event</i> MnG pasti dateng, <i>theater</i> setiap minggu pasti dateng, rutin <i>visit</i> ke <i>theater</i> gitu. Iya, rutin <i>visit theater</i> karena mungkin buat mereka theater ini tempat yang penuh cerita, makna, ada juga yang menyatakan <i>theater</i> ini sebagai rumah, cuma aku belum sampe tahap itu sih.
<b>B. Budaya Penggemar</b>	
Apakah anda mengetahui mengenai budaya penggemar pada fandom JKT48?	Yahh, tau, tau banget. Aku tau budaya-budaya itu tapi kaya misal chant gitu tapi kebetulan untuk chant aku gatau banyak. Selain itu ya kaya demachi, penguntit gitu aku juga banyak denger cerita tentang itu. Ada juga salah satu yang menarik dan juga alesan kenapa aku dulu suka lulu karena fanbase dia pernah bikin lagu yang didekasiin buat si lulu.
Okee, ini mba, pernah denger ada fanbase yang ngasih hewan kurban ke member, perayaan ulang tahun (sts), projekan kalo si member ada show special, pernah denger itu? Dan gimana tanggapan mba tyas tentang budaya-budaya penggemar itu?	Hal-hal kaya gitu untuk di dunia <i>idoling</i> cukup aku support ya, mungkin yang aku agak kurang sreg lebih ke yang kaya demachi gitu sih, yang nungguin, ngikutin member sampe pulang gitu. Jadi emang beragam sih budaya penggemar di fandom ini, ada yang positif ada yang mendingan gausah deh dilakuin. Kalo ngomongin projekan sts (perayaan ulang tahun) atau last show gitu sebenarnya menarik banget ya, mulai dari nama projek yang kreatif filosofis sampe implementasi projeknya yang bagus-bagus, suka ada dekor gitu.
Dan apakah mba tyas setuju kalo projekan gitu adalah bentuk dukungan untuk si memebnya? Dan apa menurut mba tyas itu signifikan?	Pastilah, kaya si member juga pasti merasa dihargai keberadaannya dan merasa punya dukungan untuk bertahan di jeketi gitu.
Okee, tapi gini, kita kan sama-sama tahu kalo member di jeketi itu kerja sebenarnya, mereka ngasih <i>fan service</i> dan performance gitu, tapi apa sebenarnya mereka ini tetep butuh dukungan dari fansnya?	Ohh iya perlu banget, gini deh, mereka si member ini di awal daftar jeketi kan atas kemauan mereka sendiri dan apasih yang dicari seorang anak kecil yang baru masuk ke dunia entertainment, dunia yang baru buat sebagian besar dari mereka? Popularitas kan? Fame? Pembuktian jati diri kan. Mereka butuh validasi, pengakuan, mereka pengen keberadaannya disadari sama orang lain. Buat seorang remaja, dalam konteks jeketi ya, kalo mereka ga dapetin hal itu pasti ada rasa kecewa. Jadi walaupun kasarnya itu udah jadi tugas mereka untuk ngehibur kita (fans), mereka juga tetep butuh dukungan dari fans baik fanbase maupun perseorangan.
Okee, menarik banget itu. Aku jadi penasaran sama ini, kalo kita kaitin pertanyaan barusan sama	Iyaa, gini, buat si member, walaupun dia daftar jeketi dengan kesadarannya sendiri, dia tetep butuh timbal balik dari fans

<p>motivasi mba tyas untuk jadi fans jeketi, apakah menurut mba tyas member dan fans itu memiliki hubungan timbal balik?</p>	<p>misal apakah dia dihargai, apakah usaha dia dilihat orang, apakah dia bisa dilihat orang, apakah keberadaan dia dianggap sama orang.</p>
<p>Jadi apa yang didapatkan fansnya?</p>	<p>Jelas ada <i>fan service</i>, terus kalo buatku pribadi ya itu, <i>dopamine support</i>, energi positif.</p>
<p>Ini agak ngulang tapi apa yang didapatkan member dari dukungan kita?</p>	<p>Aku gatau secara detail karena aku bukan idol ya hehe, tapi kalo aku harus menempatkan diri sebagai idol, sebagai member, aku jadi merasa punya orang yang menghargai keberadaan aku sebagai idol di jeketi. Sama gini deh, kalo di idol kana da budaya <i>gift</i> ya, fan letter gitu, kebetulan aku juga udah pernah ngasih beberapa kali dengan harapan dinotis dan lebih kepada itu tuh bentuk support kita sebagai fans dalam mendukung dia. Dan gift itu juga sebagai simbol kalo kita sebagai fans ini hadir, kita ada di perjalanan dia sebagai idol gitu.</p>
<p>Oke, dalem banget, dan ini fakta yang banyak orang awam gatau, ga nyampe ya mikirnya kesana. Dan gini, berarti hubungan antara fans dan member ini sifatnya mutualisme, saling ngasih timbal balik ya, kalo kata mba tyas tadi fans dapet energi positif, dopamine support dan di membernya dapet perasaan diharagai gitu ya.</p>	<p>Yak, intinya sama-sama pengen dinotis ya, kita <i>fans</i> pengen member tahu keberadaan kita dan member juga pengen keberadaan dia diakui, saling butuh lah.</p>
<p>Apakah anda mengidentifikasi diri anda sebagai <i>fans</i> yang fanatik?</p>	<p>Oke, gini, kalo dibandingkan sama wota yang baru nyemplung atau orang awam, iya aku bisa dibilang fanatik, tapi kalo dibandingin sama wota lain terutama yang udah lama di <i>fandom</i> aku jelas kalah hehe.</p>
<p>Okee, berarti tau lah ya seluk beluk luar dalemnya jeketi, dinamika fandom gitu tau ya?</p>	<p>Iyaa, tau lah kalo itu, apa yang lagi rame, suka mantau apa yang rame dan nyari tau <i>result</i>-nya.</p>
<p>Apakah anda terlibat aktif dalam diskusi tentang dinamika yang terjadi pada <i>fandom</i> dan grup ini?</p>	<p>Hahaha, ini baru kejadian ya, ini baru ada <i>member</i> yang kena <i>suspend</i>, dia melakukan pelanggaran dan berujung dia resign, kebetulan dalam kasus itu aku lumayan ngikutin dari awal mulai dari alesan kenapa dia di-<i>suspend</i> dan kebetulan dia udah di-<i>suspend</i> dua kali, iya, melakukan pelanggaran berulang. Ini adalah kasus besar pertama ketika aku udah ada di <i>fandom</i>, sebenarnya ada 4 orang (member) ya yang punya kasus sama, tapi kebetulan ini yang paling jauh, sampe <i>resign</i>, aku tahu permasalahannya apa dan waduh ini nih nyambung sama fanatisme tadi, kenapa kita ga boleh <i>over</i> fanatik karena ketika kita <i>over</i>, kecewanya akan berkali-kali lipat dan dari yang aku liat, bisa merujuk ke hal negatif sampe mencaci dia (<i>member</i>).</p>
<p>Oke, jadi menurut mba tyas pengidolaan yang berlebihan atau kita sebutnya fanatisme buta itu akan merujuk kepada hal yang negatif?</p>	<p>Betul, jatohnya kita akan sakit hati, hancur, jatuh sejatuh itu, dan kalo kita gabisa nahan diri, gabisa filter, kita bisa memutarbalikkan perasaan sampe-sampe bisa mencaci idola kita sendiri, jadi harus tetep rasional lah. Itu yang aku gasuka dari dunia pengidolaan, kepenggemaran ini. Nahh kalo kita balik lagi ke kasusnya si callie, lagi-lagi aku berusaha memposisikan diri sebagai dia dan apa yang dia rasakan itu jelas sebuah guncangan berat buat dirinya sampe akhirnya dia memutuskan buat <i>resign</i>. Disini aku jadi merasa memiliki</p>

	<p>grup ini dan <i>member</i>-nya gitu, secara aku pernah ada di posisi sehancur itu dan ngeliat apa yang terjadi sama callie aku jadi ikut merasakan apa yang dia rasakan karena aku tahu persis rasanya. Jadi walaupun dia bukan member favorit aku tapi aku tetap merasa kehilangan karena buatku jeketi <i>is a whole team</i>, bukan cuma tentang satu orang.</p>
<p>Bagaimana anda memandang berbagai budaya penggemar jika dikaitkan dengan dukungan kepada JKT48?</p>	<p>Oke, tadi kita udah sempet bahas ya masalah timbal balik, jadi <i>simple</i> sebenarnya, segala bentuk budaya penggemar itu kan adalah bentuk dukungan kepada grup maupun membernya, jadi ibaratnya kita ngasih sesuatu ke mereka, mereka juga ngasih <i>feedback</i> ke kita berupa ya itu tadi, energi positif, dukungan emosional, dll. Simbiosisnya mutualisme lah.</p>
<p>Apa saja kegiatan dalam ranah <i>idoling</i> yang anda pernah lakukan selama menjadi <i>fans</i> JKT48?</p>	<p>Selama 2 tahun ya, lumayan banyak sih yang udah dilakuin, tapi tetap sesuai kapasitasku ya misal ngasih <i>gift</i>. Untuk <i>gift</i> sendiri aku selalu usahain kasih sentuhan <i>handmade</i>. Ohh sebelum itu aku mau cerita, <i>flashback</i> dikit, sebelum masuk fandom jeketi kan aku sempet melarikan diri ke beberapa daerah ya, istilahnya pergi aja ngikutin arah angin, waktu itu di sebuah kota aku melukis sebuah lukisan abstrak, curahan hati aku, tadinya lukisan itu mau aku simpen sendiri atau ya aku mikir aku bakal aku kasih lukisan itu buat orang yang layak dan pada akhirnya aku kasih lukisan itu ke member, aku kasih lukisan itu ke adel, oshiku. Itu kalo ga salah lukisannya full merah dengan cipratan abu-abu dan putih da nada satu goresan hitam yang tebal terus baru ukiran putih.</p>
<p>Apa makna lukisan itu mba?</p>	<p>Marah, hilang jati diri, kita tenggelam dalam sebuah kegelapan. Yaa pengalaman hidupku. Aku kasih itu ke adel karena dia adalah orang yang menyadarkan aku untuk baik sama orang lain, dia orang yang bikin aku berhasil <i>overcome</i> masalah yang aku hadapi saat itu.</p>
<p>Wow, jujur ga ekspek, berarti seorang member jeketi menyadarkan fansnya tentang sesuatu yang mendalam seperti itu ya?</p>	<p>Yak betul, dan itu alasan kenapa aku kasih lukisan itu ke dia. Aku juga pernah kasih lukisan lain, jadi itu sebuah lukisan mercusuar di pinggir laut, maknanya gini, mercusuar itu kan menerangi kegelapan, ga peduli mau hujan atau badai. Nahh aku kasih lukisan itu ke lulu karena menurutku <i>back story</i> dia dan perjuangan dia untuk masuk jeketi itu sangat berat, dia berhasil melewati badai yang berat, 3 kali daftar ditolak kan waktu itu.</p>
<p>Oke itu tadi <i>gift</i> ya, terus apalagi mba selain itu?</p>	<p>Selain itu ada kaos diy tapi itu jatohnya masih <i>gift</i> ya. Ada juga pernah bikin sebuah konten apresiasi, penghormatan untuk adel ketika dia keluar dari jeketi, ketika dia lulus. Terus selain itu datang <i>event</i> itu pasti, <i>meet and greet</i>, konser, dan lain-lain.</p>
<p>Ohh kalo event apa aja tuh kalo boleh disebutin?</p>	<p><i>Theater</i> total dua kali, <i>meet and greet</i>, datang ke lima <i>event</i> dalam dua tahun, konser dua kali <i>summer fest</i> Juli 2023 sama <i>anniv</i> 13 kemaren yang minggu lalu, <i>video call</i>, beli <i>merchandise</i> juga sering, ada banyak. Ohh ini, sama aku datang juga ke mini konser sisca sebelum dia <i>grad</i>, aku datang karena aku menghargai sisca sebagai seorang <i>member</i> yang punya bakat bermusik tinggi.</p>

<p>Ohh ngoleksi merchandise juga ya mba tyas? Apa aja tuh yang mba tyas punya?</p>	<p>Macem-macam sih, ada <i>lanyard</i>, <i>neckstrap</i> ya, <i>birthday t-shirt</i>, <i>event t-shirt</i>, kaos <i>setlist</i>, <i>photocard</i> pasti yang dapet dari MnG, <i>photopack</i> juga ada beberapa.</p>
<p>Menyambung pertanyaan sebelumnya, apa motivasi anda melakukan kegiatan tersebut.</p>	<p>Kalo dateng ke <i>event</i> pasti yang dicari <i>member</i>-nya ya, terus kalo ke konser itu aku nyari <i>entertainment</i>, <i>stage performance</i>-nya, kalo <i>video call</i> juga sama, yang dicari <i>member</i>-nya, terkhusus untuk mendekati diri juga kek <i>member</i>-nya hehe. Terus kalo untuk gift itu pertama sebagai oleh-oleh dari sebuah <i>event</i> dan ga sekadar oleh-oleh, <i>merch</i> itu aku ngeliatnya sebagai tanda aku pernah dateng ke <i>event</i> tertentu, misal <i>summer fest</i> gitu. Kaya waktu itu pas <i>single</i> sayonara crawl rilis aku beli kasetnya, <i>graduation</i> shani aku juga beli album <i>bundle</i>-nya, <i>single magic hour</i> aku juga beli bundlenya. Kedua aku mandang merch itu sebagai simbol seorang <i>fans</i> aja sih, tanda kalo aku bener-bener <i>fans</i> jeketi gitu.</p>
<p>Wahh ya banyak banget ini mah, kolektor jatohnya ini mba hehe.</p>	<p>Iyaa kurang lebih gitu hehe.</p>
<p>Apa yang anda harapkan dari lingkungan sekitar anda dalam fandom seperti sesama fans, <i>member</i> JKT48, ataupun JKT48 sebagai grup ketika anda berkontribusi dalam sebuah kegiatan budaya penggemar?</p>	<p>Oke, tadi ya, aku setuju kalo <i>fandom</i> ini lagi gila-gilanya, bos idn beberapa waktu lalu nge-<i>claim</i> jumlah fans ada 15 juta, kemaren jumlah total vote sousenkyo sampe 18 miliar, peringkat satu kemaren Feni <i>vote</i>-nya tembus dua ratus ribu suara, itu kan nunjukin sekarang jeketi lagi di puncak. Kalo ditanya tentang harapan, pertama untuk sesama <i>fans</i> ya, gini, setiap <i>fans</i> kan punya latar belakang kenapa mereka bisa masuk ke <i>fandom</i> ini ya, rata-rata dari mereka punya pengalaman menyedihkan dan tidak adanya penghargaan diri kepada si orang itu. Nahh walau kamu punya latar belakang kaya gitu, jangan kamu lampiaskan masa lalumu kepada si <i>member</i>, misal kaya gini, katakanlah kamu pernah jadi korban <i>bully</i>, janganlah kamu terus melakukan hal yang sama ke <i>member</i> atau sesama <i>fans</i>. Misal kamu pernah dicaci maki, disakiti secara verbal sama seseorang, ya jangan lakuin hal itu di <i>fandom</i> ini. Kritik tapi mengarah ke kekerasan verbal, itu yang mungkin paling sering tuh.</p>
<p>Oke ini pesan yang sangat bagus, sangat dalam, tapi apakah yang mba tyas bilang barusan itu beneran pernah terjadi di fandom ini?</p>	<p>Iya, kita juga bisa liat ya di medsos, X terutama, banyak kan kejadian gitu, dari cerita temen sesama <i>fans</i> juga banyak kejadian gitu. Pernah juga ada cerita si member ini di-push habis-habisan sama <i>fans</i>-nya sampe dia kena mental, ada juga member yang dikuntit sampe rumah, <i>fans</i> yang tau seluk beluk kehidupan privat membernya, itu kan bentuk fanatisme yang jelas berlebihan, harapannya jangan lah ngidol kalo sampe tahap kaya gitu.</p> <p>Ohh iya ini kalo boleh cerita, sebelum jeketi aku juga sempet dateng ke psikolog gitu, cuma karena satu dan lain hal aku ga bisa rutin dan stop akhirnya. Ketika kenal jeketi walau belum bisa dibilang sembuh sepenuhnya, minimal aku bisa ngobatin yang aku rasain dan dapet yang aku butuhkan secara mental, emosional, itu tadi yang kamu bilang <i>dopamine support</i>.</p>

*tercengang* ohh berarti jeketi nih agak banyak ya manfaatnya?	Iyaa betul, banyak, jadi makanya aku bilang kalo orang terjun ke <i>idol</i> , itu dia nyari <i>miniature</i> kehidupan, refleksi hidup masing-masing. Makanya tadi ada yang kamu bilang budaya penggemar, <i>demachi</i> , itu kan bentuk ekspresi diri yang ga bisa mereka lakukan di luar <i>fandom</i> sebenarnya.
Oke, itu tadi udah ya harapan buat fansnya, terus sekarang buat membernya nih, atau digabung sekalian sama buat grupnya gapapa.	Kalo untuk <i>member</i> dulu ya, harus kuat karena kalian udah milih untuk jadi bagian dari JKT48, jangan dengerin suara-suara yang menjatuhkan. Inget mimpi kalian disini, kan ada yang mencari popularitas, ada yang mau meningkatkan <i>skill</i> . Pilah pilih mana yang bisa jadi <i>support system</i> kalian, gausa dipaksakan untuk ngelakuin <i>fan service</i> yang gimana gitu. Buat grupnya kita agak ngomongin bisnis ya, ini bisnis <i>entertainment</i> , harus pinter-pinter maintain <i>stage performance</i> mereka, harus pinter-pinter mengelola lingkungan di balik layar, <i>fan service</i> juga harus dibagusin. Jangan salah ambil langkah aja sih kalo buat manajemen, <i>quality control</i> dari produk fisiknya juga harus diperhatikan.
<b>C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna</b>	
Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan <i>idoling</i> ini?	Ini kalo dari awal ya, MnG pertama itu 1 juta lebih, <i>summer fest</i> sekitar 2 jutaan, aku ikut juga <i>theater</i> sementara jogja itu abis sejuta limaratus, udah 5 juta ya total, terus kemaren MnG RTS agak murah sih, abis sejuta lah, sama terakhir <i>anniv</i> kemaren sejutaan juga. Jadi kurang lebih dalam dua tahun abis 7 jutaan ya, itu belum <i>include</i> akomodasi. Kalo mau <i>include transport</i> , akomodasi, merch, dll ya sampe sih di angka 10 jutaan lebih dikit.
Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah <i>idoling</i> ?	Kalo dulu sempet lumayan rutin <i>video call</i> , tapi sekarang lagi off nih <i>video call</i> , tahun depan juga rencananya juga masih membatasi, cuma ke <i>member</i> yang aku suka aja paling. Nahh kalo yang bener-bener rutin aku lakuin setiap minggu itu yaa <i>streaming show theater</i> mereka sih, 3 sampe 4 kali setiap minggu, <i>weekend</i> juga kan biasanya.
Apakah anda turut serta mengoleksi merchandise JKT48?	Iyaa.
Apa motivasi anda mengoleksi barang-barang tersebut?	Iya tadi udah dijawab ya sebagai kenang-kenangan dan simbol sebagai <i>fans</i> .
Apa saja hal yang anda dapatkan selama mengikuti JKT48 dan berkegiatan di <i>fandom</i> ini? (materi dan non-materi)	Pertama pasti cape ya hehe, cape ternyata dateng ke <i>event-event</i> gitu, kemaren aku coba merefleksikan diri, ternyata kalo aku dateng ke <i>event</i> dalam rombongan besar, itu lebih cape dibanding dateng sendiri atau rombongan kecil. Sebenarnya cape karena kalo rombongan besar kita harus care ke orang lain di rombongan kita kan, jadi butuh energi lebih, karena pada dasarnya aku emang pengen selalu <i>care</i> ke orang lain. Tapi walau cape kita tetep dapet <i>feedback</i> dari mereka yang kita kasih perhatian di rombongan, jadi temen yang serasa keluarga gitu.

<p>Itu buat non-materi ya?</p>	<p>Iyaa, kalo dari segi materi sih aku ga berpikir ke arah sana sih karena memang masih belum memungkinkan dari segi modal dan <i>link</i> gitu.</p>
<p>Dalam dua tahun terakhir, terjadi sebuah fenomena fanatisme terhadap JKT48 oleh para penggemarnya, bagaimana pandangan anda sebagai fans terhadap fenomena yang masih berlangsung hingga saat ini?</p>	<p>Yak bener, dan sejujurnya aku iri sama <i>fans</i> yang udah ngidol dari zaman pandemi atau sebelumnya karena pada saat itu kan jeketi masih sepi ya, masih <i>niche</i>, dan lebih mudah diingat member gitu. Kita juga tahu kan kalo masa covid kemaren itu masa dimana orang banyak kehilangan relasi, jati diri, dan kenapa aku iri sama wota di masa covid itu ya karena aku ngerasa mereka dapet <i>spotlight</i> penuh dari member-nya yang pada akhirnya bisa bikin mereka menghadapi masa covid itu dengan lebih enteng lah kasarannya.</p> <p>Terus ini kalo kita ngomongin fanatisme ya, pandanganku gini, kan zaman sekarang di <i>fandom</i> banyak istilah-istilah ya, ada wota tiktok, wota fomo, dll. Selama mereka yang dicap wota negatif ini ngulik jeketi secara <i>personal</i> grup dengan baik, apalagi kalo tujuannya adalah sebagai bentuk penghargaan kepada jeketi dan <i>member</i>-nya, itu aku ga masalah, aku harga itu, karena aku tipe <i>fans</i> yang gitu, yang ngulik secara mendalam. Jadi sebenarnya terlepas darimana kita tahu jeketi, itu ga masalah, yang penting itu gimana cara kita ngidol dengan perasaan penuh, meaningful gitu. <i>Do your research</i> sebelum jadi <i>fans</i> karena itu bakal menciptakan lingkungan <i>fandom</i> yang sehat.</p> <p>Ini kita bahas dikit tentang ssk kemaren, aku sempet denger nada-nada sumbang dari <i>fans</i> kepada Feni dan Christy, peringkat satu dan dua ssk kemaren. Aku sangat mengecam tindakan dari <i>fans</i> yang melontarkan nada-nada sumbang ke mereka, ada yang ngatain katanya ga layak lah, dan lain-lain. <i>I mean, do your research</i>, fans ini kan harus tahu perjuangan mereka untuk dapetin posisi itu, jadi jangan karena ketidaksukaan personal mereka kepada Feni dan Christy terus itu jadi alasan untuk melontarkan nada-nada sumbang itu. Jadi fenomena fanatisme ini <i>mix</i> ya menurutku, di satu sisi ini sangat positif untuk grupnya karena meningkatkan aspek komersialisasi grupnya, nah di sisi lain karena fenomena fanatisme ini dibarengi atau justru menimbulkan lonjakan jumlah <i>fans</i> yang masif, jadinya kan muncul banyak tipe-tipe <i>fans</i> yang mana tidak sedikit juga yang bikin lingkungan <i>fandom</i> ini jadi kurang sehat.</p>
<p>Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?</p>	<p>Oke, aku bisa bilang setuju, kita tarik sejarah deh, 48 grup ini awalnya diciptakan untuk menyasar pasar orang-orang berumur di atas 25 yah dimana kalo kamu denger lagunya banyak bercerita tentang perpisahan, perumbuhan, dan percintaan. Itu di jepang dulu gitu, karena sebagaimana kita tahu kalo orang jepang itu kan sangat pekerja keras sampai dia suka lupa akan hidupnya sendiri, tingkat stress tinggi, mentalitas juga banyak terganggu ya di jepang sana jadi 48 grup dengan akb48 saat itu datang untuk menghibur, mengakomodasi kebutuhan mereka akan perasaan ya. Kalo kamu tahu orang-orang jepang saking <i>workaholic</i>-nya sampai ga mementingkan perasaan mereka sendiri, makanya di akb juga banyak lagu tentang cinta searah, jadi kaya ya bisa</p>

	dibenarkan kalo emang jualan utama 48 <i>group</i> adalah perasaan.
Apa yang anda pribadi rasakan setelah membeli dan merasakan produk jual JKT48 yang berupa perasaan tersebut?	Simple, karena aku butuh perasaan itu. Awal masuk <i>fandom</i> posisi lagi jatuh terus kita ketemu jeketi dan memberinya, dulu via <i>clipper</i> di sosmed ya, dan dari situ aku liat mereka sangat hangat, aku butuh mereka dalam hidup gitu.
Nahh terus apakah kebutuhan akan perasaan mba tyas itu pada akhirnya terpenuhi?	Aku gatau teorinya ya, perasaan itu kan sangat luas ya. Jadi aku bisa bilang iya, perasaan yang aku butuhkan itu terpenuhi tapi aku juga bisa bilang kalo perasaan itu juga cepat hilangnya, pemenuhan perasaan itu cepat hilangnya. Karena balik lagi, mereka itu <i>idol</i> , jadi di dalam lubuk hati aku merasa ada dinding kefanaan, pada akhirnya aku sadar kalo itu adalah sebuah <i>fan service</i> .
Kebanyakan wota pasti sadar juga ya akan hal itu, tapi kenapa tetep dilakuin mba?	Betul, mereka pasti sadar, kenapa kami tetep melakukannya? Karena itu adalah obat sementara yang kami butuhkan, makanya kenapa aku suka nyimpen <i>video replay</i> , <i>video call</i> ya karena aku butuh itu.
Apakah ke depan anda akan terus ada di <i>fandom</i> ini dan tetap mendukung JKT48? Atau akan ada masa jenuh?	Masa jenuh pasti ada, dalam dua tahun ini pasti ngerasain masa jenuh. Salah satunya karena ya itu tadi, aku tahu ini adalah hal yang fana, dunia yang fake. Jenuhnya itu kaya gelombang naik turun, curvanya naik turun terus, ada masanya pengen udahan, ada masanya biasa aja, ada masanya fanatik banget. Kadang juga jenuh karena misal dalam beberapa bulan cuma ada <i>show theater</i> , gaada <i>event</i> MnG atau konser besar gitu, jadi ya itu jadi pr buat manajemen juga untuk nge- <i>maintain</i> fans.
Sampai kapan anda akan mendukung JKT48 dan apa alasan yang mungkin dapat membuat anda berhenti dari kegiatan <i>idoling</i> ini?	Oke ini agak dalem gapapa ya, jadi kalo kita pengen hidup kita lebih baik, kita butuh modal untuk mewujudkan itu, entah untuk bikin usaha, entah buat nabung, atau buat sesuatu yang perlu materi gitu. Tadi kita ngomongin materi, aku untuk ngidol udah keluar 10 juta lebih, kalo dipikir kan itu bisa buat beli laptop, nunjang pekerjaan, dp ini dp itu juga bisa. Tapi balik ke pertanyaan tadi, aku mungkin akan berhenti ketika aku ngerasa ngidol ini udah banyak mudharatnya, contohnya ketika aku udah terlalu menghambakan idola <i>or lets say</i> oshi ya, mungkin itu saatnya aku bakal berhenti.
Berarti untuk saat ini masih ada manfaatnya?	Masih, karena kan apalagi untuk aku di umur segini, aduhh ini spesifik umur, maaf ya kalo anak sekecil kamu harus membahas ini hehe. Jadi gini, orang di umur aku itu akan banyak fokus terhadap dirinya sendiri, membangun dirinya sendiri, walaupun sudah ada yang berkeluarga dia akan sibuk dengan suami dan anaknya, walaupun dia berkarir dia akan sibuk dengan karirnya. Jadi ya, aku masih butuh sosok <i>idol</i> itu untuk saat ini karena kan aku sekarang bekerja ya, <i>remote</i> , gak ketemu di kantor, jadi memang aku ga bertemu orang sama sekali kecuali aku diharuskan untuk visit ke kantor atau <i>client</i> , jadi walau pekerjaan aku di agensi ini sangat dinamis tapi masih banyak hal-hal yang berbau teknis jadi tidak sedinamis itu untuk mengobati beberapa kehampaan, jadi aku masih sangat membutuhkan <i>idol</i> . Tapi untuk tahun depan aku punya plan untuk mengurangi intensitas, jadi Cuma <i>interact</i> sama beberapa member aja, dateng ke <i>event-event</i> besar aja

	karena balik lagi di umur aku ini aku pengen mewujudkan mimpi aku di <i>real life</i> yang mana itu membutuhkan materi, energi, dan <i>hustle</i> . Jadi yang tadinya materi, energi, dan <i>hustle</i> itu mungkin akan sedikit aku alihkan ke mimpi aku itu. Tapi untuk yang sudah rutin aku lakukan kaya <i>streaming</i> gitu bakal tetep aku teruskan karena kan itu tadi ya, aku tetep butuh <i>dopamine support</i> itu.
<b>D. Fenomena Fanatisme</b>	
Apakah anda sadar dan mengetahui mengenai fenomena fanatisme yang terjadi di <i>fandom</i> JKT48 dalam beberapa waktu belakangan ini?	Yak, dalam 2 tahun terakhir ya terutama.
Menurut anda faktor apa yang memicu fenomena fanatisme dan lonjakan fans dengan jumlah yang fantastis ini?	Pemicunya? Kpop. Tadinya jeketi ini kan niche ya, karena balik lagi tadi yang kita udah bahas, sebenarnya target pasar 48 <i>group</i> ini kan umur 25 ke atas ya, yang mana secara modal materi udah cukup. Terus ada fenomena medsos yang betumbuh, tiktok terutama. Ada juga fenomena sosial dimana banyak orang pengen jadi <i>idol</i> , anak kecil perempuan ternyata, mereka pengen nari, <i>have fun</i> di atas panggung, dan orang tua zaman sekarang udah melek sosmed, yang tadinya mereka gabisa menunjukkan siapa mereka, sekarang mereka jadi ada media untuk menyalurkan itu. Lebih dari itu ya, <i>se-simple idol</i> ini hiburan buat mereka.  Ada juga faktor momentum, covid, saat covid mereka gatau harus ngapain, artis juga yaudah gitu-gitu aja, jeketi ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan rohani mereka, kebutuhan mental, emosional, <i>experience</i> baru buat mereka.
Oke, menarik banget. Jadi aku ini kan juga kebetulan wota jalur kesepian pas covid, nah apakah mba tyas setuju kalo salah satu faktor jeketi rame sekarang ini karena banyaknya orang kesepian waktu covid?	Betul, setuju. Karena aku juga menyadari ya fenomena kesepian covid itu.
Apakah anda mengklasifikasikan fanatisme penggemar dalam beberapa tingkatan? Jika iya, ada di tingkatan manakah anda saat ini?	Iya, mungkin aku bisa golongan jadi 3 kali ya, kalo aku masuknya yang biasa banget hehe, ada atasnya itu orang yang butuh penghargaan diri di sosmed, butuh validasi, dia saking fanatiknya sampe ngikutin kemanapun jeketi tampil, ngulik sedalem itu, nontonin semua clip dari <i>clipper</i> , begitu juga wotagrapher dimana mereka tahu sekarang jeketi <i>fans</i> -nya sangat banyak jadi mereka memanfaatkan itu sebagai lahan <i>engagement</i> . Terus paling atas adalah yang secara empati ada, demachi tuh empatinya tinggi, orang-orang yang <i>over idoling</i> itu empatinya tinggi banget, mereka rela nyisihin waktu dan tenaganya buat ngidol, ada itu orang kaya gitu.
Apakah menurut anda fanatisme terhadap JKT48 dapat dilakukan secara konsisten atau hanya terjadi ketika terdapat momentum tertentu?	Sekarang gini, <i>idol grup</i> di Indonesia itu mulai banyak, tapi belum ada yang mendekati level JKT48, tapi kita juga harus sadari kalo saat ini orang yang mau jadi <i>idol</i> itu banyak, agensi juga mulai banyak bermunculan, banyak yang <i>proper</i> juga, contohnya <i>idol group</i> lokal sudah mulai banyak dan jadi industri juga. Kita bisa sebut ada up girls yang konsepnya

	sama, ada juga V1rst itu juga bagus, ada juga BTR7, dia dari agensi besar juga, ada ex-member jeketi juga disitu.
Jadi menurut mba tyas kalo jeketi gabisa menjaga momentum dan menjaga kualitas, itu bakal berdampak negatif buat tren pertumbuhan <i>fans</i> ini ya?	Iyaa betul, persaingan ke depan bakal ketat kalo jeketi ga <i>maintain</i> kualitas.
JKT48 sedang mengadakan <i>sousenkyo</i> (pemilihan member untuk single terbaru), apa kontribusi yang telah anda berikan untuk mendukung oshi/member favorit anda?	Di ssk kali ini kontribusiku hanya <i>vote</i> doang, aku gaikut kampanye di sosmed gitu, walaupun ada paling cuma <i>repost-repost</i> aja.
Apa dasar anda melakukan hal tersebut?	Alasannya sih karena aku liat karena sosok yang aku dukung sangat pantas untuk masuk <i>top 24</i> dan alasan lain mungkin lebih ke aku pengen <i>member</i> lama terutama yang selamat dari restrukturisasi pascacovid itu masuk ke dalam peringkat.
Oke, itu pertanyaan terakhir, mungkin ada yang mau ditambahin atau ada pesan?	Gini, jeketi itu tidak selamanya, jadi kita harus tetep menjalani hidup kita masing-masing, jalani hidup dengan jalan yang kita pilih. Kita lihat member mereka jadi <i>idol</i> tapi mereka ga ninggalin pendidikan mereka, setelah lulus dari jeketi juga banyak yang sukses di luar <i>idol</i> , ada yang jadi dosen, pengusaha, <i>influencer</i> . Jadi intinya, selain jadikan jeketi sebagai hiburan dan pemenuh kebutuhan emosional, kita juga harus menempatkan jeketi sebagai motivasi dan pendorong kita untuk jadi pribadi yang lebih baik.

### 3. Yudha Putra Aria

Dengung, 26 Desember 2024.

Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Namaku Yudha Putra Aria, umur 20, pekerjaan mahasiswa
Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?	Iyaa, tidak perlu konfirmasi nek itu hehe.
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	2011, pas umur 7 itu kelas dua sd
Kok bisa masih kecil gitu udah ngerti jeketi?	Gara-garanya TV waktu itu, waktu itu ada iklan pocari, nahh kebetulan bintang iklannya jeketi, dari situ pertama kali tahu tentang jeketi.

Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Awalnya karena kan waktu itu pas kerjasama sama pocari mereka (jeketi) juga dibikin acara TV gitu, jadi jeketi ngisi acara, <i>perform</i> disitu. Awal ketertarikannya disitu.
Nahh kalo itu kan awal tahu tuh, kalo awalnya bisa jadi fanatik gitu gimana?	Semenjak gen 3, sekitaran 2013 akhir itu.
Sampe sekarang ya berarti masih fanatik?	Iyaa, eh tapi waktu itu sempet pensi, vakum lah. Waktu itu vakum pas gen 6 muncul sekitaran 2018, tapi ga lama karena setelah itu ketemu temen yang sama-sama ngikutin, pas ketemu temen yang kenal di sosmed itu ngerasa jadi lebih berani dateng ke <i>event</i> , banyak yang bisa di-eksplor, jadi balik lagi fanatik setelah itu. Alasan lainnya juga karena waktu itu, 2018 akhir muncul gen 7 dan waktu itu liat Zee.
Nahh 2013 akhir itu kan masih bisa dibilang bocil ya waktu itu, terus apa yang mendorong kok bisa sampe memutuskan untuk jadi fans?	Karena waktu itu awal liat tuh kerasa <i>hype</i> -nya, fun gitu ngeliat <i>perform</i> mereka, masih di TV waktu itu, kan dulu pas kecil masih suka nonton TV kan. Jadi mulai suka emang dari TV itu, iklan pocari dan ngeliat <i>perform</i> -nya.
Nahh terus tadi kan sempet ditunjukin juga tuh ada koleksi merch lawas jamannya shani awal-awal, itu gimana ceritanya kok bisa di umur segitu udah kepikiran ngoleksi merch?	Sebenarnya sebelum <i>merch</i> edisi itu keluar, jeketi juga udah sempet <i>collab</i> sama pocky, nah kalo ngomongin <i>merch</i> ya pocky itu awalnya yang bener-bener beli buat ngoleksi stikernya waktu itu. Jadi memang dasarnya suka ngoleksi barang-barang kaya gitu.
Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	Itu tadi, temen pertama kan yang ketemu pas vakum itu, kenalan via sosmed dan akhirnya jadi deket, kalo <i>event</i> kemana-mana gitu bareng. Terus makin kesini kan dateng ke <i>event-event</i> gitu juga jadi dapet banyak kenalan yang pada akhirnya jadi temen. Dari <i>merch</i> juga bikin jadi banyak punya temen.
Merch? Bisa diceritain ga kenapa dari merch itu jadi bisa punya temen?	Itu sih, lebih karena kita sama-sama koleksi, terus di <i>fandom</i> jeketi kan ada istilahnya barter <i>merch</i> gitu, misal pas beli <i>photopack</i> dia dapet oshiku terus aku dapet oshi dia nahh kan kalo gitu kita bisa barter. Beberapa kali juga pernah tukeran sama temen yang beda domisili, jadi kita ketemunya di <i>event</i> apa di kota mana gitu, baru tukeran di event itu pas ketemu.
Kalo kamu pertama kali event ke luar kota itu kapan?	Kalo kapannya sih lupa, tapi seingetku eventnya waktu itu pas <i>event</i> barter tuker <i>photopack</i> sama member?
Ada itu eventnya tukeran merch sama member?	Iyaa ada waktu itu, tapi udah lama.
Oke, tapi kalo kita balik ngomongin temen tadi, sampe sekarang masih awet itu temen-temen sesama fans?	Kalo ngomongin soal pertemanan sih awet ya, cuma <i>fans</i> generasi awal-awal dulu kan udah banyak yang pensi, jadi sekarang paling sisa kurang lebih 30 persen.
Nahh kemaren mata najwa sempet liputan tentang jeketi terus ada narasi kalo fans jeketi ini yang <i>stay</i> di <i>fandom</i> selain karena idolnya tapi juga karena temen sesama <i>fans</i> , gimana menurutmu?	Jujur aja untuk sekarang aku juga ngerasain itu sih, apalagi gini, kita ngidol ini kan banyak kegiatannya ya, entah di dalam atau luar <i>event</i> , misal kalo di <i>event</i> kita nge- <i>chant</i> gitu kan perlu temen biar asik, kalo gaada temen kan jadi hambar. Jadi iya aku setuju kalo kita wota ini selain nyari <i>idol</i> -nya,

	kita juga nyari aspek pertemanan itu dalam <i>fandom</i> , selain untuk menciptakan <i>hype</i> ngidol, kekeluargaannya juga beda sih emang kalo sama temen sesama <i>fans</i> jeketi ini, kaya lebih erat gitu.
Beda ya feel-nya kalo dibandingin temen di luar fandom kaya temen sekolah gitu? Bedanya gimana tuh?	Iyaa beda, dari pembahasan kan juga beda, kalo sama temen <i>fandom</i> bisa lebih terbuka sebenarnya, karena kan ga semua orang bisa terima pembahasan tentang <i>idol</i> gitu ya. Jadi pertemanan dalam <i>fandom</i> ini bisa dibilang jadi semacam ruang buat berekspresi lebih bebas buat kita <i>fans</i> jeketi ini.
Oke menarik, tapi ini aku juga penasaran, kana da tuh stigma di masyarakat awam yang mandang kalo wota atau fjkt ini sama kaya wibu yang suka dipandang ga punya kehidupan gitu, gimana menurutmu?	Kalo buatku sendiri sih itu pandangan yang salah sih, terutama kaya kita ngidol ini kan kegiatan yang kita lakuin untuk nyenengin hati kita sendiri kan? Yaa emang masyarakat awam masih banyak yang punya stigma gitu, tapi kalo dari aku pribadi ya ga terlalu ambil pusing karena ngidol ini kan kebahagiaan kita, jadi mereka juga gaada hak untuk ngatur kan?
Yoi bener banget, nahh tapi gini, kalo yang dari aku liat sebagai fans juga ya, stigma itu kan sempet ilang tuh mulai dari 2022 awal sampe akhir 2023, tapi sekarang stigma-stigma negatif itu mulai muncul lagi, gimana menurutmu soal itu?	Iyaa, kalo aku mikirnya kenapa stigma itu bisa muncul lagi lebih karena belakangan ini kan <i>fans</i> makin banyak dan makin macem-macem orangnya. Macem-macem dalam artian jadi lebih “bar bar”, terutama di <i>event off air</i> .
Itu gimana pak kalo di event off air? Soalnya aku kan jarang nih dateng ke off air.	Kalo dulu kan <i>member</i> kalo ke <i>event off air</i> yauda gitu biasa aja, santai. Nahh kalo sekarang <i>fans</i> ini suka pada <i>over</i> , jadi suka pada ngikutin ke <i>backstage</i> atau ngerumunin pas <i>member</i> mau naik mobil. Menurutku mereka ( <i>fans</i> ) ini kaya gitu karena terlalu fanatik ke <i>member</i> -nya.
Fanatik ke membernya? Oh iya, karena ada fans yang memang fanatik ke grup dan fanatik ke member ya?	Iyaa, kalo ke grup kan biasa ya kita nonton, nge- <i>chant</i> , menikmati, tapi pas mereka udah selesai <i>perform</i> yaudah gitu, cuma kalo tipe <i>fans</i> yang fanatik ke <i>member</i> -nya ini ya itu tadi, mereka kadang sampe lupa aturan kaya ngikutin dan bikin si <i>member</i> -nya risih.
Itu kalo kamu ngeliat fenomena itu udah dari dulu atau baru-baru ini?	Sebenarnya dulu juga ada tapi cuma beberapa, kalo sekarang memang udah banyak yang <i>over fanatic</i> gitu.
Nahh terus kalo pendapatmu sebagai wota sepuh nih, pengen lingkungan fandom yang kaya gimana sih?	Kalo dari aku jujur pengen bisa ngerasain atmosfer yang kaya dulu sih, walau sekarang memang jeketi <i>fans</i> -nya mungkin bisa dibilang udah puluhan kali lipat dibanding aku awal ngidol dulu, tapi justru dengan kondisi yang sekarang udah rame ini bikin <i>feel</i> ngidolnya agak kurang, terutama kalo ngomongin interaksi sama membernya, dulu pas <i>fandom</i> belum rame kaya sekarang kan kita interaksi bisa intens karena dulu kalo <i>event</i> kan ga se-rame sekarang, jadi mereka lebih bisa perhatian ke <i>fans</i> , kalo sekarang kan udah selalu rame setiap event, tiket <i>video call</i> atau <i>meet and greet</i> gitu juga cepet abis, jadi peluang untuk interaksi jadi semakin kecil dan kepuasan pribadi kita dalam ngidol jadi berkurang.
Oke menarik banget, tapi kalo kita balik lagi ke temen tadi, berarti kehadiran temen ini memang diperlukan ya dalam ngidol?	Iyaa tetep perlu, karena kalo kita dateng ke <i>event</i> tanpa temen tuh memang kurang rasanya, walau memang sebagian orang ada yang milih ke <i>event</i> sendiri, tapi kalo aku dan aku yakin mayoritas orang butuh temen ngidol sih.

Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?	Kalo itu baru akhir-akhir ini sih, sekarang gabung ke <i>fanbase</i> regional jogja itu yang Yogyakarta 48 Team.
Ohh iya aku tau itu, sekarang berapa itu anggotanya?	Sekarang di grup wa itu ada 949.
Woh, ya termasuk banyak banget ya itu anggotanya, dan menurutmu dengan jumlah member yang banyak itu bikin ada perbedaan ga? Maksudnya kan dulu awal kamu ngidol fans di jogja belum sebanyak ini terus sekarang kita liat tadi jumlah fans di jogja udah banyak banget, apa perbedaan yang signifikan?	Gini, kalo dulu orang kan masih malu ya untuk ngebuka identitas sebagai wota, tapi karena sekarang jeketi <i>hype</i> -nya lagi tinggi, <i>fans</i> -nya lagi banyak jadi orang udah ga malu ngaku jadi <i>fans</i> jeketi.
Oke, kalo menurutmu apa faktor yang bikin jeketi dan fandomnya sekarang jadi sebesar ini?	Mungkin karena kalo dulu kan secara grup, jeketi ini masih bisa dibilang kecil ya, ditambah lagi ada stigma yang tadi, stigma negatif dari masyarakat awam, jadi orang tuh malu untuk jadi <i>fans</i> atau sekadar mengaku jadi <i>fans</i> . Jadi kenapa sekarang <i>fandom</i> bisa rame banget gini karena secara grup, jeketi udah sangat besar ditambah lagi komunitas di dalam <i>fandom</i> ini udah berkembang pesat jadi kita udah bodoamat sama pandangan masyarakat awam tentang kita. Ibaratnya kita ini udah jadi kesatuan yang ga takut menghadapi musuh lah.
Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i> , lagu, atau ada hal lain?	Ada banyak ya sebenarnya kaya misal dari lagu gitu terus faktor lain dan mungkin yang utama buatku sih karena <i>member</i> -nya ya, karena dulu awal-awal kan masih kecil seneng tuh ngeliat artis cantik, jago <i>dance</i> sambil nyanyi gitu, dan dulu ada perasaan suka aja gitu, ngerti ga sih cinta monyet bocil gitu hehe.
Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda?	Kalo aku nganggep jeketi sebagai hiburan ya, pengalihan dari beban hidup. Misal kalo di kuliah ada masalah atau lagi cape gitu ya larinya ke jeketi, entah dengerin lagunya, nonton <i>clip</i> di sosmed, atau dateng ke event. Apalagi kalo aku sendiri masih nganggep interaksi sama <i>member</i> itu sesuatu yang berharga, jadi kaya semacam <i>stress relief</i> gitu lah.
Berarti interaksi sama member itu jadi sesuatu yang paling kamu cari ya dari jeketi? Bisa diceritain ga itu?	Iyaa, jadi misal kalo kita <i>meet and greet</i> gitu kan jadi bisa kaya curhat dan dapet <i>feedback</i> dari member yang bikin kita lupa sama beban dunia gitu.
Oke, dan gini, kan ada orang jeketian karena temen atau sebatas nyari visual member, kaya ohh yang ini cantik, yauda aku suka dia, tapi kalo kamu berarti menempatkan interaksi sama member ini sebagai prioritas utama?	Betul, interaksi sama <i>member</i> itu jadi sesuatu yang paling penting buatku karena entah kenapa kalo aku interaksi sama idola tuh kaya ada kesan tersendiri, ada energi yang aku dapet dan gini, kalo awal interaksi emang mereka kan ga kenal kita, tapi kalo kita udah sering interaksi dan <i>member</i> -nya kenal kita, akan ada sensasi tersendiri yang gabisa didapet dimana-mana, seakan kita jadi punya temen seorang <i>idol</i> , artis gitu.
Oke, ini aku juga penasaran tapi rada nyelekit, si idol itu tahu kamu ga?	Ada beberapa yang tahu ada yang engga, kadang ada yang mereka tahu kita tapi lupa.

Penting ga menurutmu untuk si idol ini kenal kita?	Sebenarnya ga terlalu penting sih, karena yang aku cari emang interaksinya walaupun memang jatohnya interaksi searah ya, cuma memang kalo si <i>idol</i> -nya kenal kita ya jadi nilai plus buat kita sebagai konsumen kan dalam tanda kutip.
Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan <i>idoling</i> anda?	Mungkin kalo aku boleh bilang ada di angka 9 ya.
<b>B. Budaya Penggemar</b>	
Apakah anda mengetahui mengenai budaya penggemar pada <i>fandom</i> JKT48?	Iyaa, lumayan.
Apa saja budaya penggemar JKT48 yang anda ketahui?	Ada beberapa ya, kaya <i>chant</i> sama wotagei.
Oke, kita bahas <i>chant</i> dulu deh, kalo <i>chant</i> itu apa tujuannya?	Gini, <i>chant</i> atau teriakan dari <i>fans</i> itu energi yang kita kasih ke <i>member</i> yang perform karena kan mereka tampil di atas panggung bawain lagu itu buat kita para <i>fans</i> , nahh kita sebagai yang disuguhi lagu itu memberikan <i>feedback</i> berupa <i>chant</i> itu yang tujuannya memang memberikan energi untuk mereka yang tampil di atas panggung.  Ada juga budaya kalo di <i>idol</i> lokal itu sebutannya <i>kecha</i> , itu juga semacam <i>chant</i> gitu tapi lebih ekstrim, ada juga budaya <i>lifting</i> , jadi si <i>fans</i> ini nge- <i>chant</i> sambil diangkat menuju ke panggung tempat <i>member</i> -nya perform, kadang suka ngasih snack atau hadiah gitu pas diangkat sambil nyamperin itu.
Berarti hubungan fans sama member itu timbal balik?	Iyaa, saling ngasih energi jadinya.
Oke, tapi apakah energi yang fans kasih dari fan <i>chant</i> itu beneran berdampak ke membernya?	Oke, dulu pernah ada <i>member</i> yang cerita ke aku pas <i>meet and greet</i> , jadi mereka si <i>member</i> ini emang seneng kalo <i>fans</i> yang nonton itu nge- <i>chant</i> buat mereka, jadi misal ada <i>fans</i> yang neriakin nama mereka gitu. Jadi emang <i>chant</i> ini jadi budaya yang emang udah melekat di dunia idol macam jeketi ini.
Nahh oke, terus aku penasaran sama ini, pendapatmu tentang <i>demachi</i> (kegiatan menunggu sang idol keluar dari lokasi pertunjukkan untuk bertemu atau melihat dan mengucapkan selamat tinggal) gimana?	Kalo menurutku itu normal ya, karena sebenarnya kalo dulu itu emang salah satu bentuk ekspresi <i>fans</i> untuk berinteraksi sama <i>member</i> ya?
Oke, itu kalo di event ya? Tapi kalo kasusnya di <i>theater</i> gimana?	Iya sama, kalo menurutku itu juga salah satu bentuk <i>support</i> juga
Oke, tadi kita udah bahas <i>chant</i> , wotagei, <i>demachi</i> , terus ada juga kan projeklan sts, bikin lagu buat member, menurutmu gimana kalo itu?	Iyaa sama ya, sebenarnya karena emang pada dasarnya <i>fans</i> ini kan tujuannya selain nyari hiburan juga buat ngedukung <i>member</i> dan grupnya, jadi projeklan dan lagu yang didekasin buat <i>member</i> itu juga termasuk bentuk dukungan yang mungkin arahnya lebih ke apresiasi buat membernya ya. Misal si <i>member</i> ulang tahun terus <i>fanbase</i> -nya bikin projeklan, itukan bentuk apresiasi sekaligus bentuk terima

	kasih dari <i>fans</i> karena membeinya udah ada buat ngasih energi dan dukungan ke <i>fans</i> -nya.
Berarti ini udah jelas ya kalo hubungan antara fans dan member jeketi ini sifatnya mutualisme?	Yup, kita saling ngasih energi satu sama lain. Ini ga terjadi di semua <i>fandom public figure</i> , cuma kalo di jeketi emang agak beda.
Apakah anda mengidentifikasi diri anda sebagai <i>fans</i> yang fanatik?	Iyaa, terutama dari awal gen 3 muncul ya, akhir 2013.
Kalo kamu ngeliat kondisi <i>fandom</i> sekarang kaya gimana sih?	Ya kalo sekarang udah lebih dinamis dari dulu ya, semua ada, termasuk berantem ribut-ributnya juga ada, sebenarnya kalo ribut sesama <i>fans</i> itu udah lumrah sih dari dulu juga, cuma kalo aku ngeliatnya sekarang makin banyak aja gitu permasalahannya. Nahh yang jad masalah, yang dipermasalahkan ini ga terlalu penting, jadi kadang hal kaya gitu bikin <i>fandom</i> jadi kacau.
Apatuh contohnya?	Misal sekarang ini kan ribut ga cuma antar <i>fans</i> , kadang <i>fans</i> sama <i>member</i> aja suka ribut, contohnya ada <i>fans</i> yang mempermasalahkan kelakuan dari si membeinya, kalo emang <i>member</i> -nya beneran salah sih oke ya ditegur, cuma kan seringnya <i>fans</i> ini subjektif, jadi karena emang ada dalam tanda kutip dendam sama <i>member</i> tertentu, jadi itu yang bikin mereka ngeributin <i>member</i> yang bersangkutan. Nahh kasus semacam itu kan bikin lingkungan <i>fandom</i> ini ga kondusif ya, itu sih mungkin juga yang bikin aku ngerasa sekarang ngidol ini agak beda, dalam konteks negatif ya.
Bagaimana anda memandang berbagai budaya penggemar jika dikaitkan dengan dukungan kepada JKT48?	Gini, kebetulan ini gracia sendiri yang cerita ke aku waktu itu, dia pernah bilang ada suatu ketika dia lagi <i>perform</i> di <i>theater</i> sama sekali gaada yang ngelirik dia dan dia ngerasa sedih akan hal itu.
Artisnya ngomong kaya gitu? Padahal kan kasarnya gini, mereka ini artis yang tugasnya ngehibur kita sebagai fans, tapi ada masanya dimana mereka ini juga butuh perhatian dan pengakuan dari fansnya ya?	Iyaa, mereka tetep butuh energi dari kita dalam bentuk perhatian dan pengakuan itu.
Apa saja kegiatan dalam ranah <i>idoling</i> yang anda pernah lakukan selama menjadi <i>fans</i> JKT48?	Koleksi <i>merch</i> , dateng ke <i>event off air</i> , udah ga keitung tuh kalo berapa kalinya, terus dateng <i>meet and greet</i> , dateng ke <i>event</i> barter juga pernah, konser besar juga beberapa kali.
Menyambung pertanyaan sebelumnya, apa motivasi anda melakukan kegiatan tersebut.	Motivasi utamanya itu tadi ya, aku nyari interaksi sama <i>member</i> yang aku suka, pengen ketemu dan interaksi itu jadi alesan utama ngidol sampe dibela-belain ke luar kota, <i>spend</i> banyak gitu. Selain itu ada juga faktor temen, kan tadi kita udah bahas ya kalo temen ini penting buat ngidol.
Kalo suruh milih lebih penting mana, keberadaan idol-nya atau temen?	Kalo buatku tetep idol-nya sih, karena aku ngidol memang nyari interaksi sama si <i>member</i> -nya.
Apa yang anda harapkan dari lingkungan sekitar anda dalam <i>fandom</i> seperti sesama fans, <i>member</i>	Kalo dari aku pengen kita sesama fans ini saling <i>support</i> , contohnya gini, kan belakangan muncul tuh istilah wota

JKT48, ataupun JKT48 sebagai grup ketika anda berkontribusi dalam sebuah kegiatan budaya penggemar?	tiktok, wota yang dikenal bocil gatau aturan dan etika. Nahh kalo aku pengennya kita sebagai wota yang lebih dewasa ini ngebimbing mereka, ngasih edukasi tentang cara ngidol yang bener, jangan dikerasin kaya yang udah-udah, karena kalo kitanya keras, merekanya juga makin ngeyel, itu sih yang aku lihat dan aku harapin ke depan, saling <i>support</i> dan ngasih edukasi, pemahaman ke sesama wota yang kita rasa belum bener cara ngidolnya.
<b>C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna</b>	
Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan <i>idoling</i> ini?	Ini digabung aja ya, jeketi sama chika <i>idol</i> ( <i>idol</i> lokal). Kalo buat sekarang untuk ngidol sebulan kurang lebih habis 500 ribu sih.
Gimana tuh alokasi dananya?	Kalo chika idol buat tiket masuk <i>event</i> ya, terus tiap mereka perform kan ada sesi foto juga ya, itu bayar sekitar 35 sampe 40 ribuan untuk sekali jepret polaroid, terus kalo di jeketi paling yang rutin bulanan vc ( <i>video call</i> ) sih sama <i>merch</i> juga.
Kalo vc sama siapa tuh? Sama oshi atau suka nyoba member lain?	Kalo aku seringnya sama oshi sih, sama gracia, tapi waktu itu juga pernah nyoba vc sama JKTV, yang vtuber itu.
Hah? Yang kartun itu? Sensasinya beda ga itu?	Kalo dari segi interaksinya sama ya, cuma paling ya memang segi visual yang beda, kalo <i>member</i> biasa kan yauda orang biasa sedangkan JKTV kan kartun.
Oke, tadi kan sebulan tuh abis 500, kalo setahun estimasi abis berapa?	Mungkin untuk tahun ini udah abis 6 setengah sampe 7 jutaan ya.
Lumayan banyak ya untuk ngidol.	Iya lumayan hehe.
Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah <i>idoling</i> ?	Untuk sekarang dalam ranah <i>idol</i> yang rutin lebih di chika idol ya, mereka ada cheki, itu kita foto sama <i>member</i> setelah <i>perform</i> dan kebetulan hampir setiap <i>event</i> aku cheki.
Itu setiap minggu?	Iyaa, kalo chika idol mereka setiap minggu <i>event</i> .
Apakah anda turut serta mengoleksi <i>merchandise</i> JKT48?	Iyaa. Ini ada <i>photopack</i> , <i>lanyard</i> , <i>headband</i> , <i>photocard</i> , <i>lightstick</i> , ini juga ada foto polaroid <i>member</i> yang <i>limited edition</i> kaya ini misal punya shani ada tanda tangannya sekarang harga pasarannya sekitar 2,5 juta, ada juga kaset <i>single</i> sama album, beberapa ada yang lawas ya, itu ada rapsodi, yuuhi juga. Ini juga masih ada kalender sama album juga.
Apa motivasi anda mengoleksi barang-barang tersebut?	Kalo aku sendiri emang kolektor sih kebetulan, kebetulan juga sampe sekarang masih intens ngidol jadi ya gini, lumayan banyak printilan-printilan gini.
Ini kamu ngoleksi juga sebagai tanda kalo aku tuh ngefans gitu ga?	Iyaa, termasuk itu, jadi semacam kaya simbol sebagai <i>fans</i> ya, apalagi sekarang yang sering ditemuin fenomenanya kan banyak wota yang ke <i>event</i> ngalungin <i>lanyard</i> sama <i>photocard</i> oshinya ya, itu juga termasuk bentuk ekspresi kita (wota) sebagai <i>fans</i> , buat nunjukin identitas dan bukti eksistensi kalo mereka tuh oshinya <i>member</i> a atau <i>member</i> b gitu.

Dalam dua tahun terakhir, terjadi sebuah fenomena fanatisme terhadap JKT48 oleh para penggemarnya, bagaimana pandangan anda sebagai fans terhadap fenomena yang masih berlangsung hingga saat ini?	Kalo menurutku fenomena lonjakan jumlah <i>fans</i> dan fanatisme ini termasuk bagus ya, karena kan kita tahu semenjak covid ini jeketi punya mimpi untuk konser di GBK, jadi ya emang butuh jumlah <i>fans</i> yang banyak. Terus fakta kalo jeketi <i>fans</i> -nya semakin banyak kan nunjukin kalo emang jeketi saat ini emang dibutuhin sama banyak orang, banyak yang aku temuin gini, mereka punya masalah mental, ngerasa sendirian, terus mereka nemu jeketi dan akhirnya bisa ngubah hidup mereka, jadi punya hiburan yang mereka jadiin pelarian.
Menurutmu mayoritas wota motifnya gitu? Karena sendirian?	Mungkin ga semua ya, tapi kebanyakan yang aku temuin gitu, mereka bisa nemuin kepercayaan dirinya lagi pas mulai ngidol, pas mulai masuk <i>fandom</i> .
Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?	Sebelumnya aku setuju sih kalo jeketi jualan perasaan, kaya yang aku bilang tadi, di jeketi aku nyari interaksi ke <i>member</i> dan mungkin terkadang ke sesama <i>fans</i> . Dari awal berdiri juga memang <i>unique selling point</i> -nya jeketi ya memang dari jualan perasaan-nya itu.
Apa yang anda pribadi rasakan setelah membeli dan merasakan produk jual JKT48 yang berupa perasaan tersebut?	Buatku pribadi interaksi yang ditawarkan jeketi lewat membernya ini emang unik sih, ada <i>experience</i> yang beda ketika kita ketemu sama idola kita. Apalagi kan emang jeketi konsepnya <i>idol you can meet</i> , jadi event-event kaya <i>meet and greet</i> yang memungkinkan kita untuk interaksi sama <i>member</i> ini kan lumayan sering diadain dan lama-lama itu jadi semacam kebutuhan untuk memenuhi kesenangan pribadi aja sih buatku. Lama-lama kita jadi mengharapkin <i>fan service</i> dari membernya juga.
Apa yang kamu rasain setelah interaksi sama member-nya?	Seneng sih pasti, bahagia, kadang kalo kita lagi ngobrol terus membernya suka ngejekin atau gombalin gitu kadang suka salting hehe.
Oke, terus kalo bisa ditarik kesimpulan singkat apa rasanya?	Ini menurutku ya, setelah kita interaksi sama <i>member</i> yang kita suka, rasanya tuh seakan-akan kita masuk ke dunia mereka, masuk ke kehidupan mereka yang selama ini cuma bisa kita bayangin.
Apakah ke depan anda akan terus ada di <i>fandom</i> ini dan tetap mendukung JKT48? Atau akan ada masa jenuh?	Kalo dari aku sendiri sih untuk sekarang emang hampir stop ya.
Sampai kapan anda akan mendukung JKT48 dan apa alasan yang mungkin dapat membuat anda berhenti dari kegiatan <i>idoling</i> ini?	Kalo ditanya kapan stop, aku bakal stop ngidol jeketi ketika oshiku keluar dari jeketi, kebetulan kan oshiku ini udah lama ya di jeketi, jadi asumsinya mungkin dia ga bakal lama lagi di jeketi. Cuma kalo untuk mendukung, aku masih bakal tetep mendukung <i>member</i> lain dan grupnya tanpa punya <i>member</i> favorit.
<b>D. Fenomena Fanatisme</b>	
Apakah anda sadar dan mengetahui mengenai fenomena fanatisme yang	Iyaa.

terjadi di <i>fandom</i> JKT48 dalam beberapa waktu belakangan ini?	
Menurut anda faktor apa yang memicu fenomena fanatisme dan lonjakan fans dengan jumlah yang fantastis ini?	Ini aku sempet bahas sama temenku, jadi kalo menurutku pribadi, salah satu faktor yang bisa bikin jeketi pertumbuhan tinggi dan konstan kaya sekarang itu ya <i>event off air</i> .
Kenapa tuh?	Karena gini, di konser <i>off air</i> itu kan yang tampil bukan cuma jeketi, ada banyak artis lain yang tampil dan otomatis banyak juga penonton umum yang mungkin ga terlalu tahu jeketi. Nahh, dari <i>event off air</i> itu barulah mereka tahu lagu dan <i>fans</i> jeketi yang ternyata asik hingga akhirnya bikin mereka yang tadinya penonton umum ini jadi <i>fans</i> jeketi. Kalo analisisku gitu sih.
Apakah menurut anda fanatisme terhadap JKT48 dapat dilakukan secara konsisten atau hanya terjadi ketika terdapat momentum tertentu?	Menurutku untuk sekarang bakal tetep konsisten naik sih, apalagi sekarang ada medsos kaya tiktok, instagram, x juga itu kan bikin popularitas jeketi kejaga berkat adanya <i>clipper</i> yang suka nge- <i>clip</i> momen-momen lucu, <i>random</i> dari <i>member</i> -nya, itu juga salah satu faktor yang bikin jeketi banyak dikenal juga sih, <i>clip</i> dari <i>clipper</i> itu.
Gimana pendapatmu tentang konsep regenerasi yang dipake jeketi dari masa ke masa?	Menurutku itu konsep yang tepat ya, karena selain untuk mengakomodasi kebutuhan grupnya yang emang butuh <i>member</i> dengan rentang usia tertentu, regenerasi <i>member</i> itu juga berpengaruh untuk regenerasi <i>fans</i> . Misal sekarang banyak <i>member trainee</i> yang umurnya kisaran 14 sampe 18 tahun, nahh itukan bakal memunculkan <i>fans</i> dari rentang usia yang sama kaya <i>member</i> -nya.
JKT48 sedang mengadakan <i>sousenkyo</i> (pemilihan member untuk single terbaru), apa kontribusi yang telah anda berikan untuk mendukung oshi/member favorit anda?	Meberikan <i>vote</i> buat oshi sih.
Votena dapet dari mana aja tuh?	Kalo aku dari beli <i>video call</i> , <i>meet and greet</i> , <i>2shot</i> , chatime kemaren juga sempet beli buat <i>vote</i> -nya.
Kemaren total nyumbang berapa vote tuh? Ini buat gracia doang kan?	Iyaa, seingetku sekitaran 200 <i>vote</i> ya
Hah? Lumayan banyak ya itu, total nominal 200 vote itu berapa tuh?	Sekitaran 2 juta ya itu.
Apa dasar anda melakukan hal tersebut?	Dasarnya ya? Ini kan <i>sousenkyo</i> pertama yang diadain jeketi setelah 5 tahun, jadi buatku ini termasuk usahaku untuk ngedukung <i>member</i> yang selama ini aku idolain sih, karena kan <i>vote</i> kita menentukan posisi <i>member</i> favorit kita di kompetisi ini ya.

4. Rif'an Tegar Listyawan

Kos Rif'an, 27 Desember 2024.

Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Perkenalkan saya Rif'an Tegar Listyawan umur 22 tahun pekerjaan sekarang mahasiswa semester 7
Kamu kan bisa dibilang sekarang ini lagi vakum ngidol jeketi gitu ya, tapi bisa diceritain ga awalnya suka jeketi itu gimana?	Awal-awal suka itu dulu tahun 2018 waktu pertama kali generasi 7 debut dan status mereka masih <i>trainee</i> , waktu itu liat ada <i>member</i> namanya Christy tapi kok lama kelamaan oleng ke Zee, kebetulan mereka sama-sama gen 7.
dimana dulu nontonnya?	Waktu itu nonton di youtube, dan dulu awal itu belum terlalu ngikutin, masih biasa aja, baru mulai bisa dibilang ngikutin banget, fanatik gitu baru pas jeketi ngadain <i>tour</i> di jogja 2022 waktu itu.
berarti mulai fanatik 2022 ya?	betul, tapi waktu itu belum ada temen, masih sendiri itu kalo ngapa-ngapain
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	Sebenarnya udah agak lama, mungkin sekitaran dari 2016-an udah tau, tapi untuk fanatik baru mulai 2022.
Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Di awal dulu mutusin untuk jadi <i>fans</i> karena sebenarnya aku ngikutin jeketi lebih karena zee sih, jadi lebih suka member sebenarnya daripada grupnya.
ooh oke, udah lulus ya tapi zee itu?	iyaa, udah lulus pertengahan tahun lalu
Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	kan dulu awalnya sendiri ya, tapi lama-lama punya kenalan
bisa diceritain ga?	waktu itu pas <i>tour</i> jogja 2022, aku ketemu anak ugm namanya reinhart, ketemu di <i>venue</i> waktu itu, di sch, terus di <i>event</i> selanjutnya pas konser <i>anniv</i> di semarang aku dateng sendiri, jadi si reinhart tadi gaikut, di <i>event</i> itu aku itungannya masih sendiri dan belum punya temen yang akrab banget gitu, lanjut ke <i>event</i> selanjutnya MnG Smesco sebenarnya aku mau dateng tapi gajadi karena ga punya temen, belum berani kalo sampe jakarta gitu sendiri gaada temen. karena aku ga dateng di MnG Smesco itu, aku ga dapet <i>photocard</i> edisi smesco itu, nah kebetulan aku liat di grup regional jogja ada yang ngepost, dia jual <i>photocard</i> yang aku cari itu. singkat cerita aku beli pc dari orang itu dan kita cod dan kebetulan waktu itu kenalan sama orang yang jual pc itu dan sampe sekarang masih akrab, dari kenalan sama orang yg jual pc itu aku jadi punya banyak temen di <i>fandom</i> . nahh kebetulan juga waktu itu ada <i>event</i> di bulan berikutnya dan aku ngajak orang yang jual pc tadi buat bareng, terus yauda dari situ aku dikenalin sama temen-temennya sampe akhirnya sekarang udah banyak punya temen yang sama-sama suka jeketi.
oke, berarti summer fest itu event pertamamu bareng temen ya, apa perbedaannya dateng ke event sendiri sama bareng temen?	lebih asik bareng temen, lebih meriah, jadi kalo sama temen tuh lebih banyak yang bisa dilakuin pas <i>event</i> , ga gabut gitu.
berarti kamu bukan tipe wota yang suka sendiri gitu ya?	kalo cuma deket mah ga masalah ya, cuma kan kebanyakan <i>event</i> jeketi di luar kota ya.

Gimana sih kamu pandang temen sesama fans ini? apa yang kamu cari?	karena temen di <i>fandom</i> ini kan punya hobi yang sama ya, jadi ada rasa kekeluargaan gitu, jadi punya temen yang bisa diajak cerita tentang hobi gitu, pertemanan di <i>fandom</i> ini jadi semacam ruang bebas gitu buatku.
oke, kalo aku simpulin berarti tadi kamu yang awalnya ngidol sendiri gaada temen, seiring berjalannya waktu jadi punya banyak temen yang udah kaya keluarga yang priceless gitu ya dari <i>fandom</i> ini?	bener.
Sekarang ini kamu lagi ga aktif jeketian ya, lagi vakum, bisa diceritain ga itu kenapa?	karena oshiku udah <i>grad</i> (sudah keluar dari JKT48)
emang sesignifikan apasih peran zee dalam kehidupannya ngidolmu, kok sampe pas zee keluar dari jeketi kamu ikut keluar?	gimana ya, selayaknya cowo lah ya suka cewe, nahh kebetulan kriteria sosok perempuan idamanku itu ada di zee.
itu dari awal?	iyaa, tapi awalnya kan aku cuma liat visualnya dia, tapi lama-lama aku liat dia <i>improve</i> kaya bisa main alat musik, bisa akting, jadi menurutku dia tipe cewe idamanku banget lah.
berarti selain fisik ada value lain yang kamu liat dari zee ya?	betul.
bisa diceritain ga interaksimu sama zee pas zee masih di jeketi? motivasinya sekalian.	kalo dulu pas dia masih di jeketi aku rutin setiap bulan <i>video call</i> . kenapa bisa intens rutin gitu karena emang tujuanku untuk bisa dikenal sama zee.
kenapa pengen dikenal sama zee? emang kamu ada keinginan buat sampe nikah sama zee gitu?	kalo harapan pasti ada ya, serius ini. jadi emang motivasiku jadiin zee oshi karena selain zee itu kriteria cewe idamanku, aku juga ada ketertarikan <i>personal</i> secara perasaan ke dia. menurutku itu alasan kuatku untuk bisa rutin interaksi kaya <i>video call</i> setiap bulan gitu.
Dengan ketertarikanmu ke zee, apakah hal itu memengaruhi caramu pandang lawan jenis?	Iyaa hehe, kalo mau cari pacar jadinya pengen yang kaya zee gitu.
Pernah itu ada upaya nyari cewe yang secara visual dan sifat mirip zee gitu?	Belum nemu, tapi kalo sifat pernah ada mirip walau cuma 20 persen lah, jadi belum sampe situ.
Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i> , lagu, atau ada hal lain?	Iyaa karena zee, jadi yang utama ya emang nyari <i>member</i> -nya, kalau untuk lagu dan lain-lain itu di bawah <i>member</i> posisinya.
<b>B. Budaya Penggemar</b>	
Kalo aku kan ngidol nyari <i>experience</i> ya, vc atau mng gitu sama banyak <i>member</i> karena nyari pengalaman yang lain gitu, biar pernah juga, kalo kamu interaksi sama idol jeketi emang cuma sama zee doang?	Kalo <i>video call</i> aku pernah sama gracia sama marsha juga, gracia cuma satu sesi kalo sama marsha empat tiket karena buat ngabisin poin sebelum vakum waktu itu.

Tapi kalo dibandingin tetep lebih sering sama zee berarti?	Iyaa, dari 2022 sampe 2024 itu rutin interaksi.
Apa yang kamu rasain setelah kamu interaksi sama zee?	Salting, baper.
Kenapa tuh?	Karena jujur aja emang cantik ya, pembawaan dia, cara ngobrol ke <i>fans</i> tuh menyenangkan, jadi rasanya kaya ketemu gebetan gitu.
Berarti kamu memposisikan zee itu sebagai apa? Secara kan pada saat itu untuk digapai secara nyata itu agak susah ya.	Target yang ingin dicapai, seseorang yang ingin dicapai, dan ini serius. Karena emang kaya aku bilang sebelumnya, kriteria perempuan yang aku suka itu ada di dia.
Oke, kalo bisa diceritain, zee itu kaya gimana sih baik dari segi fisik maupun <i>personality</i> .	Pertama secara fisik dia udah jelas cantik ya, gausa dijelasin, kalo untuk yang lain selain penilaian fisik, aku kan suka main alat musik ya, gitar khususnya dan zee itu kan awalnya gabisa main gitar tapi karena waktu itu zee masuk ke mv lagu jeketi judulnya <i>Bokura no Eureka</i> , dia bela-belain belajar main gitar, dia mau belajar, nahh dari kemauan dia untuk <i>step up</i> itu yang aku lihat sebagai sifat yang bagus dari dia. Seneng aku tipe-tipe orang yang kaya gitu.
Oke, aku kesini karena aku tahu kamu salah satu wota yang aktif berperan di fandom dalam aspek budaya penggemar contohnya bikin lagu buat member, buat zee ya, bisa diceritain ga cerita di balik itu semua?	Iyaa, jadi emang pernah bikin beberapa lagu buat zee, kalo yang serius sampe rekaman gitu ada dua lagu, tapi kalo yang bikin asal aja ada juga beberapa.
Bisa diceritain ga tentang alasan di balik pembuatan lagu itu?	Dari lagu pertama dulu ya, judulnya <i>Boku Kara Zee e</i> , itu cerita awalnya pas lagi <i>video call</i> sama Zee iseng bilang kalo pengen buatin dia lagu dan ternyata dia <i>excited</i> , padahal awalnya cuma iseng tapi ternyata di <i>video call</i> setelahnya ditagih terus. Tapi waktu itu kebetulan pas lagunya udah mau jadi, pas udah proses rekaman, ternyata di bulan itu aku ga dapet tiket <i>video call</i> , jadinya aku kasih tunjuk lagunya ke Zee di bulan berikutnya. Pas aku kasih tunjuk di <i>video call</i> itu, aku dengerin sedikit, bagian awalnya doang, barulah pas di <i>event meet and greet SHC Mei 2024</i> itu baru aku dengerin lagu versi lengkapnya, kebetulan pas di dalem bilik Zee-nya juga inget aku dan dia nagih pengen dengerin lagunya, cuma pas lagunya belom selesai udah keburu ditarik sama petugas <i>time-keeper</i> -nya, ganggu momen tuh hehe.
Terus reaksimu gimana? Reaksinya zee juga gimana?	Zee salting, aku juga salting karena pas dia minta dengerin lagu itu kebetulan jarak kita cuma kepisah hp doang, jadinya deket banget.
Tadi katamu ada dua lagu dan itu baru lagu pertama, itu lagu pertama sampe dibikinin mv kan?	Iyaa.
Berarti emang se-effort itu ya?	Iyaa, emang se-effort itu aku sama Azizi.
Kalo diibaratin, kecintaanmu sama Zee sebesar apa?	Se-dalam palung mariana mungkin.

Akhh itu dia. Intinya dalem banget lah ya. Oke, terus sekarang lagu kedua.	Yak. Judulnya Terima Kasih Azizi.
Kenapa Terima Kasih Azizi?	Karena lagu itu aku dedikasiin buat Zee sebagai ungkapan terima kasihku karena dia udah ngisi hari-hari, ngisi hidupku selama dia masih di jeketi, bentuk terima kasih karena dia udah jadi orang yang bisa diajak curhat pas <i>video call</i> atau <i>meet and greet</i> .
Jadi lagu Terima Kasih Azizi itu kamu bikin sebagai lagu perpisahan dan sekaligus bentuk terima kasihmu kepada Zee yang udah ngisi hari-harimu dulu ya?	Iyaa.
Tadi kamu bilang kamu juga curhat ke Zee ya? Apa yang kamu curhatin?	Kucing ilang hehe.
Oke, dan ketika kamu curhat ke Zee gitu, posisinya kan dia sebagai <i>idol</i> dan kamu sebagai <i>fans</i> ya, apa yang kamu rasakan? Tapi sebelumnya gini, kita kan sama-sama tahu kalo <i>member</i> jeketi itu cuma kerja kan dan kita sebagai <i>fans</i> ini nyari <i>fan service</i> gitu, nahh apakah kamu cuma sekedar nyari <i>fan service</i> atau ada hal lain yang kamu cari?	Kalo yang aku rasain ya, ketika aku interaksi sama Zee di <i>video call</i> atau <i>meet and greet</i> gitu, aku ngerasa kalo dia itu ga sekedar kerja, aku ngerasa dia bener-bener <i>passion</i> dan totalitas untuk ngasih yang dipengenin <i>fans</i> , dia bisa untuk nenangin <i>fans</i> -nya.
Sebagai <i>idol</i> dia adalah <i>idol</i> yang baik ya, saking baiknya sampe ga keliatan kalo dia itu kerja ya?	Iyaa, bener banget.
<b>C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna</b>	
Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan <i>idoling</i> ini?	Kalo biaya ngidol secara keseluruhan ya, termasuk <i>video call</i> , <i>meet and greet</i> , <i>2shoot</i> , <i>merchandise</i> , terus biaya lain kaya buat <i>transport</i> akomodasi ke luar kota gitu kurang lebih udah abis di atas 10 juta ya selama dua tahun ini.
Dasarnya apa?	<i>Simple</i> sih, atas dasar kecintaan aja.
Tapi sesuai ga nominal yang udah kamu keluarin sama perasaan yang kamu dapetin?	Sesuai. <i>Worth it</i> jadinya.
Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah <i>idoling</i> ?	<i>Video call</i> .
Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?	Dari awal jadi <i>fans</i> emang udah sadar ya kalo emang jeketi jualan perasaan lewat <i>fan service member</i> -nya, jadi kenapa aku tetep beli jualan perasaan mereka ya karena selain aku suka sama <i>member</i> -nya, aku juga butuh perasaan itu.
Oke, itu menarik karena kalo kita liat artis lain kan jualan utamanya lebih fokus ke karya ya, terutama di industri musik kan fokusnya ke kualitas	Iyaa, bener.

<i>performance</i> , teknik vokal, dan lain-lain. Kalo jeketi kan walau mereka juga jual <i>photocard</i> , <i>photopack</i> yang berbentuk fisik tapi kan jualan perasaan yang kita omongin ini kan suatu hal yang gabisa dilepaskan dari jeketi, yang bikin jeketi unik dari awal itu kan ya jualan perasaannya ini kan?	
Sekarang ini kan statusmu sebagai fans ini lagi ga aktif ya, lagi vakum, apakah di masa depan kamu akan kembali ke <i>fandom</i> ?	Ada peluang dengan catatan ada <i>member</i> yang kaya Zee.
Oke, berarti mahzab ngidolmu ini memang <i>member-sentris</i> ya, maksudnya ga peduli sama lagu, grup, maupun dinamika yang terjadi dalam <i>fandom</i> gitu ya?	Iyaa, tapi sebenarnya kalo lagu masih penting sih buatku, terutama karena aku emang suka sama musik.
Oke, berarti lagu juga penting buatmu?	Iyaa, jadi sebenarnya kalo dibilang penting ya semua aspek kaya <i>member</i> , lagu, dan temen dalam <i>fandom</i> ini penting semua sih buatku, jadi walau emang aku nempatin <i>member</i> di urutan pertama sebagai prioritas, tapi aspek lain kaya lagu dan temen ngidol ini juga penting buatku karena ketiga aspek itu saling melengkapi buat kegiatan ngidol ini.

## 5. Yessy Levina Pramesti

Tomoro Coffee, 7 Januari 2025.

Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Nama saya Yessy Levina, umur 21 tahun, dan pekerjaan saat ini saya masih berstatus sebagai mahasiswa di salah satu universitas swasta di Semarang.
Oke, berarti sekarang statusnya masih mahasiswi ya mba?	Iyaa.
Ini buat konfirmasi aja, kemaren kita dikenalin sama Fathan ya, temen saya di jogja.	Iyaa, bener.
Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?	Iyaa, benar.
Bener ya berarti? Kalo cowo suka jeketi kan biasa disebutnya wota, kalo cewe katanya ada sebutan sendiri ya?	Iyaa, biasanya disebutnya woti, sebutan buat <i>fans</i> jeketi cewe gitu.
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	Seingat saya sejak tahun 2022 akhir, sekitaran bulan Oktober akhir.

Waktu itu jeketi udah rame kaya sekarang belum?	Kalo dibilang rame sebenarnya udah rame, tapi belum se-rame sekarang, soalnya kalo sekarang kan <i>fandom</i> jeketi udah rame banget ya.
Apa perbedaan yang mba yessy rasain ketika awal jeketian sampe sekarang?	Kalo dulu pas awal-awal karena belum tahu tentang jeketi dan <i>fandom</i> -nya jadi lebih banyak nyari tahu kaya konsep <i>meet and greet</i> kaya gimana, cara beli tiket, cara nonton <i>theater</i> , jadi seru kaya semacam ada pengalaman dan ilmu baru yang didapat. Kalo sekarang karena banyak orang-orang baru di <i>fandom</i> dan aku ngeliatnya orang-orang baru itu kurang mendalami ilmu ngidol itu, jadi kalo aku bisa bilang mereka cuma sekadar fomo atau ikut-ikutan gitu.
Fomo gimana tuh?	Iyaa, jadi <i>fans</i> baru sekarang ini kebanyakan cuma pengen asal rame aja, ga mendalami grup dan <i>member</i> -nya secara <i>personal</i> . Contohnya <i>fans</i> zaman sekarang ini cuma tahu luaran <i>member</i> -nya doang, ga ngulik sampe dalam, gatau kalo si <i>member</i> ini bawain <i>unit song</i> apa.
Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Jadi ceritanya pas awal dulu pertama tahu dari sosmed, dari tiktok ya, suka lewat di FYP kaya video-video lucu si <i>member</i> -nya, kebetulan saya suka jeketi karena ada <i>member</i> namanya Christy, dia lucu, suka bikin teori-teori sama <i>gimmick</i> yang lucu gitu, pembawaannya juga menyenangkan.
Oke, itu berarti alasan kenapa mba yessy bisa masuk fandom dan suka jeketi?	Iyaa, dari tiktok liat <i>gimmick</i> mereka dan ngerasa kalo mereka orangnya menyenangkan.
Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	Iyaa, jelas ada, tapi untuk jadi temen yang bener-bener temen deket itu ada prosesnya, gabisa sekali dua kali ketemu, harus tiap <i>event</i> ketemu.
Berarti mba yessy rutin dateng ke <i>event</i> ya?	Iyaa, rutin, untuk tahun ini kebetulan dateng semua <i>event</i> , termasuk yang di Jogja kemaren.
Oke, tapi pada perjalanannya, mba yessy punya temen yang akhirnya jadi temen deket dari fandom gitu?	Deket sih ada, sampe curhat-curhat gitu, tapi tetep tahu batasan soalnya kan jatohnya tetep temen <i>online</i> gitu. Ada beberapa sih, namanya Cia, kak Putu, kak Resa. Mereka yang aku anggap jadi temen deket di <i>fandom</i> jeketi.
Gimana sih pandangan mba yessy sama temen se-hobi di fandom ini?	Pertama yang aku rasain jelas rasa kekeluargaannya dapet banget ya, apalagi selisih umurnya juga ga terlalu jauh, jadi kita bisa dibilang satu frekuensi lah. Walau pandangan kita tentang ngidol beda-beda ya, misal ada yang fokusnya ngulik lagu, ada yang fokus ke visual <i>member</i> -nya, ada yang fokus ke <i>personal member</i> -nya, tapi itu jadi menarik karena aku jadi punya sudut pandang yang beragam buat ngidol ini.
Oke, ini menarik karena kalo aku simpulin berarti beda orang beda makna yang dicari?	Iyaa, bener.
Kalo mba yessy sendiri apa yang dicari dari dunia idol ini?	Kalo aku pertama yang aku liat jelas visual ya, tapi makin lama kita ngikutin seorang <i>member</i> kan jadi tahu lebih dalam secara <i>personal</i> terutama, kaya kita jadi tahu kepribadiannya gimana, ciri khasnya gimana, <i>fan service</i> -nya gimana, dan

	setelah ngulik lebih dalem akhirnya ya aku mutusin untuk jadiin Christy sebagai <i>member</i> favorit.
Berarti dari beberapa aspek di jeketi kaya misal lagu, <i>personality member</i> , <i>visual member</i> , performance gitu berarti mba yessy paling memaknai jeketi dari <i>personality</i> membernya ya?	Iyaa, bener.
Oke, terus kalo di luar jeketi secara grup dan membernya kan aspek lain nih kaya lingkungan <i>fans</i> atau <i>fandom</i> , gimana mba yessy ngeliat itu?	Pertama jelas bahagia, yang aku rasain setelah kenal jeketi dan masuk lingkungan pertemanan di <i>fandom</i> ini ada rasa kekeluargaan yang erat terus kalo ada apa-apa gitu kita saling peduli gitu.
Dasarnya apa itu kira-kira mba?	Kesamaan hobi ya, karena kita ketemu sama orang yang hobinya sama dan karena kesamaan hobi itu jadi bikin kita satu frekuensi. Dengan kesamaan frekuensi itu kita jadi ngerasa lebih nyambung satu sama lain dan otomatis bikin kita lebih dekat.
Apa yang anda rasakan setelah masuk dalam <i>fandom</i> ini?	Gini, waktu itu kan sempet ada masa covid dan semua orang merasa kesepian ya, termasuk saya sendiri. Saat itu butuh hiburan dan kebetulan ketemu jeketi via tiktok itu dan ternyata dengan kenal jeketi pada saat itu bisa bikin aku ga ngerasa sendirian di fase itu.
Jadi member jeketi itu mba yessy anggep sebagai temen yang nemenin di masa kesendirian pas covid itu?	Iyaa.
Itu sadarnya dari awal atau setelah beberapa waktu baru mikir ternyata member jeketi ini bisa jadiin temen loh.	Kalo di awal belum mikir kalo <i>member</i> jeketi ini bisa jadiin temen karena waktu awal-awal kan juga belum mikir untuk <i>spend money</i> buat jeketi ya, misal buat <i>video call</i> atau <i>meet and greet</i> . Baru akhirnya ketika dapet waro dari <i>member</i> -nya akhirnya mikir kalo <i>member</i> jeketi ini bisa jadiin temen.
Bisa diceritain ga itu gimana ceritanya pas dapet notis dari membernya?	Kan aku awal ngikutin baru 2022 akhir dan baru berani untuk <i>video call</i> itu bulan Juli 2024, jadi kurang lebih satu setengah tahun awal itu nganggep jeketi cuma sebagai hiburan biasa, tapi lama kelamaan ngerasa butuh hal baru dan akhirnya nyobalah <i>video call</i> itu. Pengalaman yang aku rasain pas <i>video call</i> pertama kali itu langsung mikir kalo member ini pinter untuk narik hati <i>fans</i> -nya, pinter ngasih <i>fan service</i> -nya, se-simpel kaya muji kita cantik gitu.
Apa yang mba yessy rasain setelah interaksi dan dapet <i>fan service</i> dari membernya itu?	Seneng sih pasti, ngerasa jadi bestie aja sejak saat itu. Setelah momen itu juga aku nganggep member jeketi, Christy, sebagai temen. Jadi walaupun aku sama Christy ga kenal secara <i>personal</i> , tapi aku memposisikan, aku nganggep Christy sebagai temen yang nemenin kesendirianku.
Oke, berarti mba yessy memaknai jeketi secara dalem ini di membernya ya?	Iyaa, jadi bisa dibilang penghargaanku kepada <i>member</i> ini lebih besar dibanding ke grupnya karena kebetulan kan aku tipe <i>fans</i> yang ngikutin <i>member</i> secara <i>personal</i> ya, jadi ketika aku liat perjuangan <i>member</i> yang aku dukung, liat <i>struggle</i> -nya, itu bikin aku sangat menghargai <i>member</i> sih.

<p>Kalo suruh milih, lebih penting mana, keberadaan si member atau kebersamaan mba yessy dengan temen-temen mba yessy yang ada di <i>fandom</i>?</p>	<p>Sebenarnya dua-duanya sih, karena kalo gaada <i>member</i>-nya buat apa dateng ke <i>event</i> gitu kan, tapi ada titik dimana aku cuma pengen ketemu sama temen-temen aja, nahh yang jadi masalah adalah kan aku gabisa ketemu temen-temen kalo ga di <i>event</i> karena mereka kan domisilinya beda-beda, ga satu kota. Jadi kalo suruh milih gabisa sih, karena keduanya saling melengkapi. Misal ketika aku dateng ke sebuah <i>event</i> dan ketemu <i>member</i> yang aku suka tapi ga ketemu temen-temen ya bakal ada yang kurang.</p>
<p>Jadi dalam dunia jeketi ini walau kegiatan utamanya ngidol, kita menggemari jeketi, ketemu <i>member</i>, sing along gitu, tapi ternyata kalo kita dateng ke <i>event</i> tanpa kehadiran temen ngidol, itu bakal ada yang kurang ya?</p>	<p>Iyaa, jelas ada yang kurang, karena aku yakin motivasi sebagian besar <i>fans</i> selain buat dateng ke <i>event</i> itu selain untuk ketemu member yang mereka suka, mereka juga pengen ketemu temen sesama <i>fans</i>.</p>
<p>Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?</p>	<p>Kalo sekarang ada ya, sekarang aku terikat sama <i>fanbase</i> member, <i>christyzer</i>, jadi dia <i>fanbase</i> dari Christy.</p>
<p>Oke, dari kapan itu <i>join</i> dan apa tujuannya? Apa yang akhirnya bikin mba yessy memutuskan untuk jadi anggota <i>fanbase</i> <i>christyzer</i>?</p>	<p>Waktu itu awalnya lebih ke mengamati dan ternyata dari pengamatan itu aku tahu kalo masing-masing member itu punya <i>fanbase</i>-nya sendiri. Terus selain <i>fanbase</i> per-member ada juga <i>fanbase</i> regional sama <i>fanbase</i> inti gitu. Singkat cerita di 2022 akhir itu <i>Christyzer</i> lagi <i>open recruitment</i> tanpa seleksi di Twitter, jadi itu cepet-cepetan dan menurutku itu momentum untuk masuk lebih dalam ke <i>fandom</i> dan akhirnya saat itu mutusin untuk masuk dan lolos jadi bagian <i>Christyzer</i> sampe sekarang.</p>
<p>Oke, kalo <i>fanbase</i> gitu ada oprec-nya ya, ga asal nerima orang?</p>	<p>Iyaa, secara administrasi memang niat juga.</p>
<p>Boleh tahu ga alasan lain mba yessy <i>join fanbase</i>?</p>	<p>Sebenarnya ini lebih cerita pengalaman di <i>fanbase</i> ya, awal masuk kan emang karena <i>pure</i> iseng, tapi lama-lama mulai ngerasa <i>benefit</i> dari <i>join fanbase</i> ini. Misal kita anak <i>fanbase</i> ini bisa dapet informasi yang ga sembarang wota tahu, informasi umum lain juga kita anak <i>fanbase</i> tahu lebih awal, terus tentang projekan juga, urusan projekan itu kan di-<i>share</i> cuma di <i>internal fanbase</i>. Intinya banyak <i>benefit</i> tentang komunikasi dan informasi itu.</p>
<p>Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i>, lagu, atau ada hal lain?</p>	<p>Kalo motivasi utama jelas karena <i>member</i> ya, baru dalam perjalanannya aku nemu hal yang sama berharganya kaya <i>member</i>, yaitu temen.</p>
<p>Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda?</p>	<p>Makna jeketi buatku tuh sebagai motivasi ya, jeketi juga ngasih banyak pelajaran mulai dari yang ringan kaya harus rajin nabung sampe yang agak berat kaya pentingnya untuk ga ngerasa sendiri karena ada jeketi dan <i>member</i>-nya yang bisa kita jadiin temen. Dari jeketi aku juga dapet <i>support system</i> yang sebelumnya ga aku punya, selain jeketi dan <i>member</i>-nya, temen jeketian juga aku anggap sebagai <i>support system</i>-ku. Intinya, jeketi punya peran besar dalam hidupku</p>

	karena udah nyelamatin aku dari fase sendiri beberapa waktu lalu.
Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan <i>idoling</i> anda?	8, walau masih banyak ya yang lebih intens dari aku.

## 6. Dimas Feby Kurniawan

Tomoro Coffee, 7 Januari 2024.

1. Bisa anda sedikit mengenalkan diri anda meliputi nama, umur, dan pekerjaan?	Perkenalkan, nama saya Dimas Feby Kurniawan, saya asli dari Kota Semarang, umur saya 23 tahun, kemudian pekerjaan saya saat ini sebagai <i>desk collection</i> di salah satu perusahaan swasta di Kota Semarang.
Sekadar konfirmasi, apakah anda adalah seorang penggemar JKT48?	Iyaa, betul mas.
Sejak kapan anda mulai menjadi penggemar JKT48?	Untuk pertama kali tahu sebenarnya udah agak lama, waktu itu ketika mereka debut di tahun 2011, pada saat itu saya berusia kurang lebih 12 atau 13 tahun, masih kelas enam sd kira-kira. Pada saat itu ada acara musik yang menampilkan JKT48 untuk pertama kalinya di salah satu stasiun TV, acara musik pada saat itu.
Berarti 100% Ampuh ya?	Iyaa, betul mas, saat itu cukup tertarik karena saat itu grup semacam <i>boyband girlband</i> lagi <i>booming</i> dan pada saat itu juga keluarlah JKT48 dan mulai saat itu juga saya mencari tahu tentang JKT48.
Ohh, berarti ini saya ketemu dengan fans yang cukup sepuh ya?	Iyaa, cukup lama.
Singkat saja, apa alasan anda sehingga akhirnya memutuskan untuk menggemari JKT48?	Karena dari segi tampilannya menarik ya, dikemas secara unik, sekali <i>perform</i> kan mereka tampil dengan formasi lebih dari 10 bahkan 12 orang, itu yang membuat saya tertarik dan mengulik lebih dalam, kemudian saya menikmati lagu yang disajikan ditambah dengan <i>performance</i> dari <i>member</i> yang menurut saya menarik. Jadi alasan utama saya suka jeketi itu karena grupnya secara <i>stage performance</i> dan lagunya.

Oke, tapi Mas Feby ada member favorit di JKT48?	Member favorit pada saat ini ya? Karena kebetulan saya punya beberapa <i>member</i> favorit yang sudah berlalu karena regenerasi, tapi untuk saat ini saya suka Greesel dari generasi 11.
Oke, sama kita. Tapi kita balik lagi dikit tentang faktor paling signifikan yang bikin Mas Feby jadi fans jeketi tadi apa kalo bisa disimpulkan?	Kalo faktor utamanya lebih ke penampilan sih, ketika melihat penampilan mereka jadi merasa termotivasi gitu. Jadi <i>stage performance</i> dan seni dari lagunya, itu yang aku cari.
Apakah anda memiliki teman yang sama-sama menggemari grup ini?	Kalo temen ada sih mas beberapa dari temen SMA ada dan dari temen kuliah juga ada.
Oke, kalo setelah masuk <i>fandom</i> ada ga dapet temen yang sampe akrab gitu?	Iyaa, cukup banyak juga sih mas setelah masuk <i>fandom</i> .
Penting ga sih kehadiran temen dalam dunia ngidol ini?	Menurut saya temen sangat penting ya mas, karena dari situ kita bisa memperluas pertemanan, apalagi di <i>fandom</i> ini kan temen udah kaya keluarga gitu ya.
Apa yang anda rasakan setelah masuk dalam <i>fandom</i> ini?	Oke gini, dulu awal aku suka jeketi itu ga langsung masuk dan aktif di <i>fandom</i> karena usia waktu itu masih belia, masih di bawah umur ya, kemudian baru masuk <i>fandom</i> dan aktif ketika udah masuk usia remaja ketika udah punya hp dan sosmed.
Oke, apa yang dirasain setelah masuk <i>fandom</i> ?	Tentunya sangat senang sih, karena bisa menemukan teman yang satu frekuensi, rasanya nemu dunia baru dengan orang yang baru tapi punya kebahagiaan yang sama.
Berarti kalo bisa saya simpulin keberadaan temen dalam kegiatan ngidol untuk seorang wota ini penting ya?	Iyaa, penting mas. Jadi grup dan memberrnya memang penting, tapi keberadaan orang-orang yang kebahagiaannya sama itu ga kalah pentingnya.
Apakah faktor temen itu juga jadi hal yang bikin Mas Feby betah di <i>fandom</i> ini?	Iyaa, jelas ya, karena ada rasa kekeluargaan tadi, ada keinginan untuk selalu ketemu temen sesama <i>fans</i> di <i>event-event</i> yang akan datang.
Apakah anda terafiliasi dengan sebuah kelompok penggemar atau komunitas?	Tidak.
Apa motivasi terbesar anda dalam menggemari JKT48? Apakah faktor <i>member</i> , lagu, atau ada hal lain?	<i>Stage performance</i> dan lagu.
Bagaimana anda memposisikan JKT48 dalam kehidupan anda?	Lebih ke motivasi untuk menjalani keseharian supaya bisa lebih semangat, misal kalo ada masalah di hari itu, larinya ya ke jeketi entah buat nonton <i>performance</i> atau dengerin lagunya gitu. Begitu juga peran temen di <i>fandom</i> , mereka juga jadi motivasiku.
Dari skala 1-10, ada di angka berapa intensitas kegiatan <i>idoling</i> anda?	Kalo intensitas ngidol saya untuk saat ini masih di angka 8 sampai 8,5 ya. Jadi memang cukup intens, lumayan ya.
<b>B. Budaya Penggemar</b>	

<p>Apakah anda mengetahui mengenai budaya penggemar pada fandom JKT48?</p>	<p>Tau sih pastinya, karena saat pertama kali nonton mereka di TV, aku udah ngamatin juga penontonnya ikut nyorakin, ikut teriak, <i>fan chant</i> gitu ya bahasanya. Waktu itu aku ngeliatnya unik dan pada akhirnya ikut ngulik.</p>
<p>Apa saja budaya penggemar JKT48 yang anda ketahui?</p>	<p>Ada beberapa ya, kaya tadi teriakan <i>chant</i> itu, terus <i>lightstick</i> itu juga kan udah melekat banget ya buat <i>fans</i> jeketi, ada juga belakangan <i>fanbase</i> suka bikin projek buat member kalo ada perayaan ulang tahun atau peringatan berapa ratus <i>show</i> gitu.</p>
<p>Ada juga yang agak kontroversial dikit demachi ya, nungguin member selesai latihan sampe pagi. Kalo menurut Mas Feby gimana tuh, pandangan Mas Feby terhadap budaya penggemar yang ada di <i>fandom</i> ini?</p>	<p>Kalo dari aku sih itu lebih ke bentuk pertukaran energi dari <i>fans</i> ke member, <i>idol</i> yang <i>perform</i> di atas panggung. Mereka (<i>idol</i>) kan udah ngasih pertunjukkan buat kita para <i>fans</i>, nah kita sebagai <i>fans</i> juga ngasih energi buat idola yang kita tonton biar mereka semangat. Jadi hubungan <i>fans</i> sama artisnya itu mutualisme, saling membutuhkan, saling menyemangati.</p>
<p>Berarti kalo dari yang Mas Feby bilang barusan, <i>fans</i> jeketi ini selain nyari <i>emotional support</i> dari jeketi baik dari grup maupun member, mereka juga berperan sebagai pendukung, <i>supporter</i> gitu ya?</p>	<p>Iyaa, bener. Walau memang tujuan utama kita ngidol itu untuk nyari kebahagiaan, tapi pada perjalanannya, secara sadar maupun tidak sadar, seolah kita ada kewajiban untuk mendukung <i>member</i> yang kita idolakan gitu.</p>
<p>Oke, menarik banget, dan kalo kita ngomongin tentang dukungan, kitalihat event <i>sousenkyo</i> kemaren itu membuktikan kalo mereka (member JKT48) itu bersaing satu sama lain dan mereka punya goals masing-masing. Mereka punya target sendiri di JKT48, entah pengen peringkat satu <i>sousenkyo</i> atau pengen tampil di MV gitu kan dan itu semua butuh perjuangan kan, dan di saat mereka lagi berjuang untuk mencapai <i>personal goals</i> masing-masing itu kan mereka butuh dukungan <i>fans</i>?</p>	<p>Iyaa, betul banget. Seolah-olah jadinya posisi member dan <i>fans</i> itu setara, apa yang mereka udah kasih ke kita misal dalam bentuk <i>emotional support</i>, kita balikin ke mereka dengan bentuk yang lain, dalam konteks <i>sousenkyo</i> itu ya kita balik kasih dukungan ke member dalam bentuk <i>vote</i> untuk mendukung <i>goals</i> mereka.</p>
<p>Oke, menarik banget. Aku juga mau singgung sedikit tentang salah satu member, Chelsea, kemaren dia pas <i>speech</i> di show perayaan ulang tahunnya nyampein tentang isi hatinya di jeketi, dia sedih kalo dia dijadiin <i>last option</i> di antara <i>member</i> lainnya. Hal itu kan berarti membuktikan kalo <i>member</i> itu sadar akan posisi mereka di grup ini kan?</p>	<p>Iyaa, aku juga mau bahas ini, aku berusaha menempatkan diri di posisi <i>member</i> ya. Member jeketi ini juga selalu memikirkan upaya untuk bisa dapet atensi dan dukungan dari para <i>fans</i>, mereka berpikir keras untuk bisa menjaring dan mendapatkan <i>fans</i> lebih banyak, bisa dibidang <i>member</i> itu berlomba secara <i>internal</i> untuk bisa dapetin hati <i>fans</i>. Kita semua tahu lah ya kalo di jeketi mereka ga cuma tampil secara grup, tapi mereka juga berlomba secara <i>personal</i> untuk menampilkan pesona mereka sendiri.</p>
<p>Apakah anda mengidentifikasi diri anda sebagai <i>fans</i> yang fanatik?</p>	<p>Iyaa.</p>
<p>Apakah anda terlibat aktif dalam diskusi tentang dinamika yang terjadi pada <i>fandom</i> dan grup ini? Gimana pandangan Mas Feby tentang dinamika yang terjadi dalam <i>fandom</i>?</p>	<p>Menurut saya sekarang <i>fandom</i> udah berkembang dengan sangat pesat ya, bahkan aku bisa bilang untuk saat ini kondisi <i>fandom</i> udah di luar akal sehat lah saking kencengnya pertumbuhan jeketi, <i>fans</i>, dan <i>fandom</i>-nya.</p>

<p>Di luar akal sehat? Bisa diceritain ga fenomena apa yang pernah Mas Feby lihat di fandom ini?</p>	<p>Kalo aku pribadi pernah nemuin kasus dimana <i>fans</i> itu lebih mementingkan idolanya daripada dirinya sendiri. Contoh kasusnya di <i>sousenkyo</i> kemaren, <i>member</i> itu kan butuh <i>vote</i> dari <i>fans</i>-nya, sedangkan <i>vote</i> itu kan ga murah, butuh duit yang lumayan, yang aku temuin adalah, aku menemukan beberapa <i>fans</i> yang rela keluar uang puluhan sampe ratusan juta untuk mendukung <i>member</i> favoritnya itu. Orang awam pasti ngeliat itu sebagai hal yang di luar nalar.</p>
<p>Jangankan orang awam, kita sebagai sesama <i>fans</i> aja ngeliatnya ga masuk akal kan?</p>	<p>Iyaa.</p>
<p>Apa yang sebenarnya anda cari sehingga akhirnya anda memutuskan untuk menjadi penggemar JKT48?</p>	<p>Untuk dari sisi <i>idol</i>-nya sendiri, kita ngomongin grup-nya dulu ya, JKT48 kan sekarang udah banyak bikin inovasi, contohnya rilis lagu baru, <i>single</i> baru, MV baru, projek video baru, inovasi itu bikin aku sebagai <i>fans</i> lama ini tetep setia karena ada kebaruan gitu. Terus kalo ngomongin faktor di luar grup-nya ya, faktor temen juga jadi alasan kenapa aku masih <i>stay</i> di <i>fandom</i> ini sampe sekarang, mereka udah kaya keluarga buatku.</p>
<p><b>C. Elaborasi Lanjutan: Pencarian Makna</b></p>	
<p>Dari segi materi, dalam sebulan berapa banyak nominal rupiah yang anda keluarkan untuk kegiatan <i>idoling</i> ini?</p>	<p>Untuk datang ke <i>event</i>, biasanya datang ke <i>event off air</i> yang bintang tamunya JKT48, aku ga datang ke semua konser musik, tapi emang kalo ada jeketi jadi bintang tamu, aku pasti datang. Kalo ngomongin materi mungkin sekitaran dua ratus ribu untuk acara <i>off air</i> ya.</p>
<p>Anniv kemaren datang?</p>	<p>Iyaa, <i>anniv</i> kemaren datang, itu mungkin abis sejutaan, jadi kalo ditotal untuk tahun 2024 kurang lebih abis sekitaran tiga jutaan untuk ngidol jeketi.</p>
<p>Oke, tapi aku jadi penasaran, tadi kan kita sempet bahas tentang fanatisme ya, menurutmu kamu termasuk fans yang bisa dibilang fanatic atau engga?</p>	<p>Gini, dari sisi <i>fans</i> yang mengidolakan grup-nya, iya, aku bisa dibilang fanatik banget, tapi kalo udah tentang materi, sebenarnya aku bukan tipe <i>fans</i> yang keluar materi banyak buat jeketi.</p>
<p>Oke, tapi sebenarnya gapapa, karena dari yang aku temuin juga, ada fans yang ngecap diri mereka fanatik setelah keluar duit banyak dan ada juga yang emang keliatan fanatik tapi ternyata dia ga keluar materi yang banyak, bahkan mereka ga datang ke event. Nahh pertanyaanku, berarti di fandom jeketi, materi itu gabisa dijadiin satu-satunya tolak ukur fanatisme ya? Ada banyak faktor lain yang harus dipertimbangkan, terutama faktor non-materi?</p>	<p>Iyaa, betul, karena untuk mengidolakan seorang idola itu ga harus abis duit banyak, nonton semua konser, atau datang ke <i>event</i>. Aku ngeliatnya emang banyak <i>fans</i> yang sebenarnya fanatik tapi mereka ga keluar materi banyak, jadi mereka lebih banyak mengagumi idolanya itu lewat sosmed, bikin <i>fanmade</i>, di sosmed mereka rutin nge-<i>reply tweet</i> dan nyemangatin membe-nya gitu.</p>
<p>Oke, menurutku itu menarik karena itu bisa dibilang bentuk fanatisme walau mereka ga keluar materi tapi mereka tetep effort untuk idolanya. Pada akhirnya aku menyimpulkan dengan lonjakan jumlah <i>fans</i> jeketi yang masif ini menimbulkan</p>	<p>Betul.</p>

<p>banyak tipe <i>fans</i> baru, termasuk ketika kita membahas tolak ukur fanatisme <i>fans</i>. Ternyata di <i>fandom</i> jeketi, materi itu bukan satu-satunya tolak ukur fanatisme seorang <i>fans</i>, fanatisme di <i>fandom</i> jeketi gabisa diliat dari segi materi doang.</p>	
<p>Apa saja kegiatan rutin dalam setiap bulan yang ada lakukan dalam ranah <i>idoling</i>?</p>	<p>Dateng ke konser <i>off air</i>. Kalo aku kebetulan kan emang suka menikmati musik dan performancenya ya, jadi kebanyakan yang aku lakukan dalam kegiatan ngidol ini lebih ke dateng ke <i>event</i> untuk menikmati <i>performance</i> mereka sekaligus juga ketemu si artisnya secara langsung, ketemu temen juga.</p>
<p>Apakah anda turut serta mengoleksi merchandise JKT48?</p>	<p>Iyaa, ada. Kalo yang umum sendiri pastinya <i>lightstick</i> ya, kita sebagai <i>fans</i> jeketi ketika nonton dan mendukung mereka di atas panggung kan “wajib” ya pegang <i>lightstick</i>, itu udah jadi atribut wajib buat <i>fans</i> jeketi ketika nonton mereka tampil. Itu juga termasuk budaya khas yang ada di <i>fandom</i> jeketi juga.</p>
<p>Apa motivasi anda mengoleksi barang-barang tersebut?</p>	<p>Simbol ya, simbol sebagai <i>fans</i>, udah jadi atribut wajib juga misal kaya <i>lightstick</i> juga.</p>
<p>Dalam dua tahun terakhir, terjadi sebuah fenomena fanatisme terhadap JKT48 oleh para penggemarnya, bagaimana pandangan anda sebagai <i>fans</i> terhadap fenomena yang masih berlangsung hingga saat ini?</p>	<p>Menurutku fenomena fanatisme yang sedang terjadi di jeketi sekarang ini merupakan bentuk dari perkembangan grup dan <i>fans</i>-nya ya. Fenomena ini sebenarnya membuktikan kalo jeketi secara grup dan manajemen ini udah berkembang sehingga berhasil narik <i>fans</i> dalam jumlah banyak yang pada akhirnya menimbulkan fenomena fanatisme ini. Kebetulan dari analisisku pribadi, tujuan besar manajemen pasca-covid ini kan emang untuk menarik <i>fans</i> sebanyak-banyaknya sekaligus mengembalikan <i>fans</i> lama yang dalam tanda kutip sedang vakum.</p>
<p>Produk jual utama yang ditawarkan JKT48 adalah jasa berbentuk perasaan (non-fisik), lantas mengapa anda tertarik untuk selalu membeli produk dari JKT48?</p>	<p>Iyaa, jeketi emang ngejual <i>personality</i> membrnya, apalagi kan kita tahu di jeketi ada <i>video call</i>, meet and greet, itukan yang dijual pengalaman dan perasaannya. <i>Fans</i> yang beli <i>meet and greet</i> dan <i>video call</i> itu kan emang nyari interaksi sama membrnya. Mereka (jeketi) mengemas (jualan) itu dengan sentimen perasaan sih. Kenapa aku dan banyak <i>fans</i> jeketi tertarik untuk beli produk jualan perasaan itu? Karena itu salah satu bentuk produk yang ga dimiliki sama <i>public figure</i> lain, mereka (jeketi) seolah-olah menempatkan <i>member</i> itu setara sama kita, ada yang nganggep <i>member</i> itu sebagai teman, adek, bahkan pasangan.</p>
<p>Okee, berarti <i>fans-fans</i> ini keluar duit buat beli perasaan ya?</p>	<p>Iyaa, betul.</p>
<p>Berarti kalo aku bisa bilang, marketingnya jeketi yang mengedepankan perasaan sebagai jualan mereka ini masuk banget ya di pasar Indonesia?</p>	<p>Iyaa, karena seperti yang aku bilang tadi, manajemen itu menempatkan si artisnya itu setara dengan kita (<i>fans</i>), beda sama artis lain yang memang tidak atau kurang memberi ruang kepada <i>fans</i>-nya untuk berinteraksi dengan si artis secara intens. Makanya ga heran kan ada kasusnya member yang udah <i>graduate</i> dari jeketi dan pada akhirnya dia berjodoh sama <i>fans</i>-nya sendiri.</p>

<p>Iyaa, itu kita sempet liat beritanya dan jujur itu menarik banget ya, ada andela, mantan <i>member</i> dari generari tiga yang nikah sama <i>fans</i>-nya.</p>	<p>Iyaa.</p>
<p>Apakah ke depan anda akan terus ada di <i>fandom</i> ini dan tetap mendukung JKT48? Atau akan ada masa jenuh?</p>	<p>Kalo untuk aku sendiri sih kayanya bakal ada masa dimana aku bakal istirahat, ga terlalu aktif di <i>fandom</i>, jadi aku bakal cuma sekedar aktif di sosmed, mantau perkembangan grup dan <i>member</i>-nya. Tapi kalo kaya yang udah-udah, ketika aku ada di titik yang rendah dalam hidup, pasti aku bakal balik dan aktif lagi di <i>fandom</i> karena aku butuh jeketi untuk bangkit gitu. Jadi, buatku gaada kata pensiun atau stop jeketian, selama grup ini masih ada aku bakal tetep <i>stay</i> di <i>fandom</i>, terlebih lagi dengan kehadiran temen-temen yang udah aku anggep kaya keluarga.</p>
<p>Tadi ada yang menarik, Mas Feby sempet bilang saat berada di titik yang rendah, Mas Feby butuh kehadiran jeketi.</p>	<p>Iyaa, aku butuh kehadiran jeketi dari sisi grup, <i>member</i>, dan temen-temen yang punya kebahagiaan yang sama.</p>
<p>Ketika Mas Feby ada di titik ter-rendah, apa yang Mas Feby cari dari jeketi dan temen-temen ngidol itu?</p>	<p>Lebih ke semangat dan motivasi dari mereka sih.</p>
<p>Oke, kalo aku simpulin, kita hidup ini kan <i>up and down</i> ya, kita jeketian juga suka <i>up and down</i>, ketika kita lagi di bawah kita butuh energi dari jeketi, jadi ibaratnya jeketi itu melengkapi hidup kita, jadi <i>support system</i>, kurang lebih seperti itu ya?</p>	<p>Iyaa.</p>

### LAMPIRAN #3 – Daftar Istilah Fan Studies

No.	Keterangan	Arti
1.	JKT48	Grup idola asal Jakarta yang merupakan <i>sister group</i> dari AKB48 yang juga merupakan bagian dari <i>franchise</i> grup idola 48 <i>group</i> .
2.	<i>Jeketi</i>	Sebutan populer JKT48 yang disematkan oleh para penggemarnya.
3.	<i>Wota</i>	Sebutan umum bagi seseorang yang menggemari JKT48.
4.	<i>Theater</i>	Tempat di mana JKT48 menggelar pertunjukan rutin setiap minggunya, berlokasi di Mall FX Sudirman, Jakarta.
5.	<i>Member</i>	Istilah yang disematkan <i>Wota</i> untuk menyebut anggota JKT48.
6.	<i>Fandom</i>	Dunia atau lingkungan kepenggemaran tempat di mana penggemar berkumpul untuk melakukan kegiatan pengidolaan baik secara daring maupun luring.
7.	<i>Event</i>	Acara di mana penggemar dapat menikmati pertunjukan hingga berinteraksi dengan JKT48.
8.	<i>Video call</i>	Sebuah <i>event</i> di mana penggemar melakukan panggilan video <i>via</i> aplikasi zoom dengan anggota JKT48.
9.	<i>Meet and greet</i>	Sebuah <i>event</i> di mana penggemar melakukan interaksi langsung (luring) dengan anggota JKT48.
10.	<i>2 Shot</i>	Sebuah <i>event</i> di mana penggemar melakukan kegiatan foto bersama anggota JKT48.
11.	<i>Demachi</i>	Kegiatan menunggu anggota JKT48 keluar dari lokasi pertunjukan, dilakukan di akhir pertunjukan.
12.	<i>Ngidol</i>	Istilah populer yang merujuk pada kegiatan pengidolaan.
13.	<i>Oshi</i>	Istilah yang ditujukan untuk menunjukkan anggota favorit dalam grup idola JKT48.
14.	<i>Fanbase</i>	Kelompok penggemar dalam lingkungan kepenggemaran JKT48.
15.	<i>Fan service</i>	Sebuah tindakan yang dilakukan anggota JKT48 untuk menarik perhatian atau menyenangkan penggemar.
16.	Idola	Kata ganti dari JKT48 dan anggotanya.
17.	<i>Idoling</i>	Merujuk pada segala bentuk kegiatan pengidolaan yang dilakukan penggemar kepada sang idola.