

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan negara yang memiliki berbagai macam budaya populer. Berbeda dengan budaya tradisional yang merupakan budaya asli yang dipertahankan, budaya populer merupakan budaya yang muncul di masyarakat tertentu dan berkembang dan diterima oleh masyarakat umum karena sebuah inovasi baru. Budaya populer bersifat kontemporer karena budaya ini bisa berubah bahkan hilang karena seiring waktu berjalan. Budaya populer di Jepang terus mengalami perkembangan dan menyebar pengaruhnya di dalam maupun luar negeri. Hal yang mencakup dalam budaya populer di antaranya adalah gaya hidup, *fashion*, film, animasi dan musik. Daya tarik dari berbagai budaya populer di Jepang tersebut membuat para akademisi melakukan banyak studi tentang budaya populer di Jepang, baik di dalam maupun luar negeri.

Musik merupakan salah satu budaya populer Jepang yang banyak sekali terjadi perkembangan dan cepat sekali penyebarannya dikarenakan musik dapat dinikmati oleh berbagai kalangan tidak hanya anak muda tetapi juga orang tua dan tidak juga membatasi gender laki-laki dan perempuan. Penyebaran musik Jepang sangatlah cepat karena digunakan sebagai musik-musik pengiring untuk film, animasi, drama, *game*, bahkan sebuah *event* yang diselenggarakan di Jepang. Dikemas dalam bentuk digital untuk mengikuti era yang sudah menggunakan teknologi yang maju, musik di Jepang tetap dirilis dalam bentuk fisik. Membeli musik dalam bentuk fisik merupakan salah satu cara untuk menunjukkan dukungan kepada sang musisi atau penyanyi. Musik di Jepang dinyanyikan oleh banyak kalangan dan juga berbagai bentuk, di antaranya penyanyi solo, duet, band, DJ, *Idol Group*, dan masih banyak lagi mengikuti perkembangan zaman.

Salah satu musik yang sedang terkenal di kalangan anak muda saat ini adalah musik yang dinyanyikan oleh grup idola atau yang biasa disebut dengan *Idol Group*. Tidak hanya diminati oleh warga lokal Jepang saja, musik-musik dari *Idol*

Group juga menjadi sangat populer di kalangan anak muda di luar Jepang bahkan di Indonesia. *Idol Group* tidak hanya menjadikan musik sebagai nilai jual tetapi figur seorang idola dan kegiatannya. Kata “*Idol*” merupakan kata yang diambil dari Bahasa Inggris yang mengacu pada penyanyi, model, atau figur media yang dibentuk untuk dipromosikan dalam media secara besar (Galbraith & Karlin, 2012). Di Jepang kata *Idol* mulai digunakan setelah film *Cherchez l’idole* yang merupakan film dari Perancis itu dirilis pada 1963 dengan versi Jepang berjudul “*Aidoru o Sagasu*” atau dalam Bahasa Indonesia “Mencari Idola” (Aoyagi, 2005:4).

Idol merupakan fenomena yang muncul di Jepang sejak tahun 1970an yang berkembang pesat pada masyarakat hingga timbul adanya kritik bahwa penguasa Jepang adalah sebuah idola atau Tuhan dan budaya yang paling penting pada saat ini adalah *Idol* (Nakamori, 2007:52). Pada tahun 1980 di mana dalam kurun waktu satu tahun terbentuk 50 lebih *idol* hingga pada saat itu disebut dengan “*Golden Age of Idols*” (*Aidoru no Ougon Jidai*) atau disebut juga Zaman Emas Para Idola. (Galbirth. 2012:5). Hingga saat ini banyak sekali idol yang berkembang terutama pada bidang musik. Tidak hanya *idol* tunggal tetapi juga ada *idol* dalam bentuk grup atau *Idol Group* yang tidak membatasi jumlah anggota dan tidak membatasi gender laki-laki dan perempuan. *Idol Group* yang terkenal sampai saat ini adalah AKB48 .

AKB48 merupakan *Idol Group* Jepang yang dibentuk pada bulan Juli 2008 dengan Yasushi Akimoto sebagai produsernya dan dinaungi di bawah label musik *King Records*. AKB merupakan singkatan dari kata Akihabara, sebuah area di Tokyo dan 48 diambil dari nama investor pertama mereka bernama Shiba Kotaro, *Shi* berarti 4 dan *Ba* berarti 8. Memiliki konsep “Idola Yang Dapat Kamu Temui” (*Ai ni Ikeru Aidoru*) dan memiliki peraturan anti cinta atau yang disebut dengan *Ren-ai Kinshi*, AKB48 dapat ditemui setiap harinya di teater miliknya. Teater AKB48 terletak di lantai 8 toko Don Quijote, Akihabara. Pertunjukan teater AKB48 menggunakan lagu atau *setlist* khusus yang hanya dapat disaksikan di teater saja. Dengan bertambahnya terus menerus orang yang menonton karena penasaran, tiket teater AKB48 hanya bisa didapatkan secara undian. Pertunjukan

teater dilakukan secara bergantian dikarenakan AKB48 memiliki banyak *member*. AKB48 dibagi menjadi 5 tim yakni Tim A, Tim K, Tim B, Tim 4, dan Tim 8. Tidak hanya kegiatan teatrikal saja tetapi AKB48 melakukan kegiatan seperti *Handshake Event*, *Two-Shot Event*, hingga berbagai macam konser tur. AKB48 memiliki *sister group* yang berasal dari berbagai daerah di Jepang yakni SKE48 (Sunshine Sakae Nagoya, Aichi), NMB48 (Namba, Osaka), HKT48 (Hakata, Fukuoka), NGT48 (Niigata), STU48 (Setouchi) dan di luar Jepang (*Overseas*) JKT48 (Jakarta, Indonesia), BNK48 (Bangkok, Thailand), MNL48 (Manila, Filipina), SGO48 (Saigon, Vietnam), DEL48 (New Delhi, India), AKB48 Team SH (Shanghai, Cina), dan AKB48 Team TP (Taipei, Taiwan) (<https://www.tsunagujapan.com/a-beginners-guide-to-the-48group-family/>).

Mereka dibentuk untuk mendukung kegiatan pusat dari AKB48 dalam berbagai *event* bahkan penjualan CD. Penjualan CD AKB48 selalu mengalami kenaikan setiap rilisnya *Single* terbaru AKB48. Tercatat pada *oricon chart*, *single* ke 57 AKB48 yang berjudul “*Shitsuren, Arigatou*” (18 Maret 2020) terjual hingga 1.150.839 juta keping. (<https://www.musicman.co.jp/chart/305489>)

AKB48 tidak selalu berada di posisi atas, mereka bersaing dengan berbagai Idol Group seperti grup-grup dari Hello! Project, Stardust, juga Idol Group laki-laki dari Johnny’s dan Exile. Pada 22 Agustus 2011 produser AKB48, Yasushi Akimoto membentuk grup baru yang bernama Nogizaka46 sebagai “rival resmi” dari AKB48. Berbeda dengan AKB48, Nogizaka46 menggunakan konsep “Idola Yang Akan Menemuimu” (*Ai ni Yuku Aidoru*) dan dinaungi di bawah label musik Sony Music Entertainment. Nama grup ini diambil dari lokasi label musik Sony Music Entertainment yang berada di Nogizaka. Berfokus dengan kegiatan yang terjun langsung menemui *fans*, Nogizaka46 lebih sering mengadakan konser *live* karena mereka tidak memiliki teater khusus (<https://www.oricon.co.jp/news/89336/full/>). Pertemuan pertama Nogizaka46 dengan AKB48 terjadi di acara *Music Japan* di *NHK General TV* pada 19 Februari 2012 dengan membawakan lagu *single* debut mereka dengan judul “*Guru Guru Curtain*”. Pada *single* “*Guru Guru Curtain*” terdapat lagu “*Aitakatta Kamoshirenai*” yang dibuat dengan lirik yang sama dengan lagu “*Aitakatta*” milik

AKB48 tetapi mengalami perubahan melodi. Musik video dari “*Aitakatta Kamoshirenai*” juga mengambil latar yang sama dengan musik video “*Aitakatta*” milik AKB48 di Mercusuar Sunosaki, Chiba. *Member* AKB48 Atsuko Maeda juga ditampilkan sekilas pada musik video milik Nogizaka46 tersebut. Hal ini membuat beberapa *fans* AKB48 penasaran dan tertarik pada Nogizaka46 (<https://tower.jp/article/news/2012/02/15/n02>).

Produk-produk budaya populer tentunya memiliki penggemar atau pendukung setia (Storey, 2006:158). Para pendukung setia produk budaya populer biasa disebut dengan seorang *fans*. Seorang *fans* dapat menjadi sangat setia dan loyal tanpa memiliki sikap fanatik, namun kecenderungan menjadi fanatisme terkadang juga ditemukan di kalangan *fans*. Menurut Mahestu (Pramudyaningih, 2013:4), selebriti / *idol* pada akhirnya dikenal sebagai seseorang yang mampu mewakili suatu gaya hidup yang ideal di mana bahkan seorang penggemar atau *fans* ingin meniru gaya hidup tersebut. Maka tidak heran jika dari beberapa fans rela menghabiskan uangnya lebih banyak atau paling tidak sama dengan standar hidup sang idol. Mereka juga mampu membeli barang-barang yang mungkin tidak begitu penting untuk dirinya yang dijual oleh idolnya. Hal demikian disebut bahwa seorang *fans* merupakan mereka yang menyukai seseorang bahkan terkesan obsesif dan posesif terhadap idolnya sendiri (Jenkins, 1992:12). Tidak hanya loyal, *fans* sendiri pun terkadang mengalami sakit hati dan bosan terhadap idolnya.

Dengan demikian kehadiran *fans* mengakibatkan munculnya fenomena terkait dengan kelompok yang disebut dengan *fans kingdom* atau biasa disebut *fandom*. Beberapa bahkan membuat komunitas untuk menunjukkan eksistensi di tengah-tengah masyarakat. Hingga saat ini kemunculan *fandom* atau komunitas penggemar budaya Jepang terutama dalam komunitas *idol* pun keberadaannya semakin kian terasa. Fulamah menyebutkan bahwa keberadaan kelompok *fans* penggemar budaya Jepang dapat terlihat di berbagai media sosial atau situs yang memuat hal yang terkait dengan budaya populer Jepang (Riswari,2013:121). Popularitas AKB48 dan Nogizaka46 yang melejit di kalangan anak muda Indonesia pun memicu terbentuknya banyak *fandom* dan komunitas AKB48 dan Nogizaka46 di Indonesia. *Fandom* dan komunitasnya pun turut berkembang di

seluruh Indonesia di mana hal ini menjadi sebuah fasilitas bagi *fans* yang sedang menikmati teks budaya yang ada untuk mengungkapkan dan menyalurkan kecintaannya terhadap idolnya.

Dengan adanya berbagai macam *fans* di dalam sebuah *fandom* atau komunitas, terlihat berbagai macam masalah yang timbul, di antaranya perbedaan status sosial, bosan dengan *idolnya* karena tidak ada sesuatu yang baru, hingga merasa sakit hati kepada *idolnya* atau komunitasnya. Istilah-istilah barupun muncul di *fandom* dan komunitas *idol* Jepang di antaranya *Oshimen*, *Oshihen*, dan *Daredemo Daisuki* (DD) dan lain-lain. *Oshimen* berarti *idol* yang didukung, *Oshihen* berarti berpindah dukungan, dan *Daredemo Daisuki* atau yang disingkat DD yang berarti mendukung semua *member* yang ada di sebuah grup. Dengan hadirnya Nogizaka46 sebagai grup saingan resmi AKB48 membuat berbagai *fans* bahkan sebuah komunitas mengalami berbagai perubahan status dan tidak banyak juga yang mempertahankan status.

Akhir-akhir ini Nogizaka46 mulai terkenal di kalangan anak muda penyuka musik Jepang di Indonesia termasuk juga pada *fandom* AKB48. Hal ini terlihat mulai menjamurnya komunitas Nogizaka46 di media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, hingga *LINE Group*. Sedangkan, untuk komunitas AKB48 di sosial media sendiri terpantau mulai vakum satu per satu bahkan beralih menjadi *fanbase* Nogizaka46. Terjadinya kevakuman dalam kegiatan *fanbase* AKB48 diakibatkan oleh beberapa faktor antara lain: acara televisi khusus AKB48 seperti *AKB48 SHOW* dan *AKBINGO!* diganti dengan acara televisi Nogizaka46 dengan judul *Sakamichi TV* dan *NOGIBINGO!* membuat para *fansubber* atau alih bahasa acara TV AKB48 menjadi alih bahasa acara TV Nogizaka46 atau bahkan berhenti menjadi alih bahasa dan tidak adanya kegiatan baru pada AKB48 membuat para admin *fanbase* AKB48 kehabisan berita untuk disebarluaskan di media sosial. AKB48 telah melakukan berbagai usaha untuk mengantisipasi kejenuhan *fans* salah satu di antaranya mereka pun mencoba *genre* musik baru pada *single* ke-52 yang berjudul *Teacher Teacher* dengan menggunakan *genre K-Pop*. Perubahan *genre* musik *K-Pop* pada lagu AKB48 ini bermaksud untuk menarik kembali *fans* yang bosan dengan *genre* lagu AKB48 akan tetapi perubahan *genre K-Pop* tidak

bisa diterima bagi kebanyakan pendengar lagu Jepang termasuk *fans* AKB48 karena dengan mengubah *genre* menjadi *K-Pop* juga mengubah budaya yang ada pada musik Jepang sedangkan Nogizaka46 sendiri masih mempertahankan nuansa lagu *Idol Group* Jepang. Untuk figur *idol*, para *member* Nogizaka46 lebih banyak menjadi model sebuah majalah ternama di Jepang daripada AKB48. Ini sebuah hal wajar bagi *fans* laki-laki di mana mereka ingin memiliki *Oshimen* yang cantik dan tidak hanya itu, bagi *fans* perempuan *idol* yang cantik merupakan panutan mereka dalam gaya hidup dan selera *fashion*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik mengambil tema penelitian dengan judul “Pengaruh Grup Idola Nogizaka46 Terhadap Penggemar dan Komunitas AKB48 di Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- AKB48 hingga sekarang masih populer dilihat dari hasil penjualan CD dan album.
- Yasushi Akimoto selaku produser AKB48 membentuk grup rival resmi yang bernama Nogizaka46.
- Para penggemar budaya populer Jepang membentuk komunitas AKB48 di Indonesia.
- Para penggemar budaya populer Jepang membentuk komunitas Nogizaka46 di Indonesia.
- Status *fans* AKB48 berubah menjadi *Oshihen* (pindah dukungan) atau *Daredemo Daisuki* (mendukung lebih dari satu).

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh grup idola Nogizaka46 terhadap komunitas penggemar AKB48 di Indonesia.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apakah yang menyebabkan penggemar AKB48 berubah status *fans*-nya menjadi *Oshihen* (pindah dukungan) atau *Daredemo Daisuki* (mendukung lebih dari satu) dengan hadirnya Nogizaka46?
2. Faktor-faktor apakah yang menyebabkan penggemar AKB48 bertahan status *fans*-nya dengan hadirnya Nogizaka46?
3. Pengaruh grup idola Nogizaka46 apakah yang terjadi terhadap komunitas penggemar AKB48 di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui faktor-faktor yang membuat penggemar AKB48 berubah status *fans*nya menjadi *Oshihen* (pindah dukungan) atau *Daredemo Daisuki* (mendukung lebih dari satu) dengan hadirnya Nogizaka46 sebagai rival resmi AKB48.
2. Mengetahui faktor-faktor yang membuat penggemar AKB48 bertahan status *fans*nya dengan hadirnya Nogizaka46 sebagai rival resmi AKB48.
3. Mengetahui pengaruh-pengaruh yang terjadi di komunitas penggemar AKB48 atas hadirnya Nogizaka46 sebagai rival resmi AKB48.

1.6 Landasan Teori

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (<http://kbbi.web.id/pengaruh>).

Pengaruh adalah (1) daya yang menyebabkan sesuatu yang terjadi; (2) sesuatu yang dapat membentuk dan mengubah sesuatu yang lain; (3)

tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuatan orang lain (Badudu dan Zain, 2001:1031)

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengaruh adalah sumber daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain.

2. Grup

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, grup adalah rombongan; kelompok; golongan (<http://kbbi.web.id/grup>). Grup merupakan dua orang atau lebih yang berkumpul bersama yang dibentuk karena memiliki tujuan yang sama (Baron & Byrne, 2003:35). Grup merupakan unit sosial dari beberapa orang yang memiliki peran dan status sosial (Sherif & Sherif, 1969:223).

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa grup merupakan suatu kelompok dari sebuah perkumpulan orang-orang dengan tujuan yang sama.

3. Idola

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, idola adalah orang, gambar, patung, dan sebagainya yang menjadi pujaan (<http://kbbi.web.id/idola>).

Kamus Merriam-Webster's (1828) menguraikan idola dalam beberapa makna di antaranya: wujud atau simbol peribadatan, Tuhan palsu, sesuatu yang menyerupai, orang yang berpura-pura, penipu yang lihai, sesuatu yang tak terlihat namun tak bermateri, momok atau hantu atau setan yang memesonakan, objek yang sangat digemari, idaman, konsep yang salah, dan buah pikiran yang keliru (<http://merriam-webster.com/dictionary/idol>).

Idola merupakan kata yang diambil dari Bahasa Inggris yang mengacu pada penyanyi, model, atau figur media yang dibentuk untuk dipromosikan dalam media secara besar-besaran (Galbraith & Karlin, 2012:12). Idola merupakan suatu figur yang memiliki banyak pengikut atau penggemar (Aoyagi, 1990:1).

Berdasarkan uraian di atas, idola merupakan sosok/seseorang yang memiliki karakter/sifat bagus dan patut untuk di jadikan contoh kepada masyarakat/publik

4. Komunitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu; masyarakat; paguyuban (<http://kbbi.web.id/komunitas>). Komunitas merupakan suatu kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah nyata dan yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat serta terikat oleh suatu rasa identitas dalam komunitas (Koentjaraningrat, 1990:281).

Komunitas merupakan sekelompok individu yang tinggal pada wilayah tertentu, memiliki nilai-nilai keyakinan dan minat yang relatif sama, serta adanya interaksi satu sama lain untuk mencapai tujuan (Wahit, 2005:2).

Menurut *World Health Organization* (1970), komunitas merupakan kelompok sosial yang ditentukan oleh batas-batas wilayah, nilai-nilai keyakinan dan minat yang sama, serta adanya saling mengenal dan interaksi antara anggota masyarakat yang satu dengan yang lainnya (Medcalf & Nunes, 2018:20). Komunitas merupakan sekumpulan orang yang saling bertukar pengalaman penting dalam hidupnya (Spradley, 1985:59).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan, komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

5. Penggemar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggemar adalah orang yang menggemari (kesenian, permainan, dan sebagainya) (<http://kbbi.web.id/penggemar>). Penggemar merupakan orang yang fanatik di mana terlihat seperti memuja sesuatu (Jenkins, 1992:12).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan, penggemar adalah orang yang mengemari sesuatu seperti olahraga, kesenian, permainan, dan lain sebagainya yang terlihat seperti memujanya.

1.7 Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam skripsi ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis di mana penulis akan mengumpulkan data-data yang kemudian data-data tersebut diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Data-data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diambil dengan metode survei dan wawancara. Survei dibagikan melalui *Google Form* dengan target 100 responden yang dilakukan pada 6 Juni sampai 13 Juni 2020. Target responden penelitian ini adalah penggemar AKB48 Indonesia wilayah Jabodetabek dengan usia 15 tahun ke atas. Berikutnya penulis akan melakukan wawancara dengan Rizal Alamsyah sebagai *admin* dari *fanbase* Official Markas48 dan Muhammad Indrajati sebagai *admin* dari *fanbase* 48 Fam INA sebagai perwakilan komunitas AKB48 di Indonesia yang akan dilakukan pada 14 dan 15 Juni 2020.

Sedangkan untuk pengumpulan data sekunder, dilakukan dengan mengutip referensi dari berbagai buku, jurnal ilmiah, artikel majalah, artikel situs berita, dan artikel elektronik lainnya sebagai pendukung data primer untuk mendapatkan hasil yang valid. Setelah data primer dan sekunder terkumpul lalu data-data tersebut akan dianalisis dan dideskripsikan untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum.

1.8 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi penulis, Universitas Darma Persada, dan masyarakat umum. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini mampu menambah wawasan tentang pengaruh grup idola Nogizaka46 terhadap penggemar dan komunitas AKB48 di Indonesia.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian lanjutan dalam tema yang sama.

1.9 Sistematika Penulisan

Bab I, merupakan bab yang berisi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, merupakan bab yang berisi tentang sejarah dan gambaran umum dari *idol*, Yasushi Akimoto, AKB48, Nogizaka46, dan *fans idol*.

Bab III, merupakan bab pembahasan tentang pengaruh grup idola Nogizaka46 terhadap penggemar dan komunitas AKB48 di Indonesia.

Bab IV, kesimpulan