

Fenomena idola JKT48 dan fetisisme komoditas = The phenomenon of idol JKT48 and commodity fetishism

Niko Rulando, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20352093&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri hiburan Indonesia khususnya dibidang musik sekarang ini diwarnai bentuk baru yang dibawa dari Jepang dengan kehadiran JKT48 di Indonesia. JKT48 merupakan grup idola Jepang pertama yang didirikan di luar negeri oleh Yasushi Akimoto. Bentuk hiburan ini menjadi populer dikalangan masyarakat Indonesia khususnya di usia remaja di perkotaan. Akan tetapi, dibalik popularitas JKT48 mengakibatkan penggemar mereka cenderung terkena pengaruh yang bernama fetisisme komoditas. Jurnal ini mencoba menganalisis fenomena JKT48 dan fetisisme komoditas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang dengan sumber data yang diperoleh melalui kajian pustaka baik buku, jurnal, artikel, maupun diforum penggemar JKT48 di internet. Selain kajian pustaka, disertakan data analisis hasil penyebaran angket yang dilakukan Pitra Satvika melalui media internet melalui aplikasi Survey Monkey selama dua minggu pada bulan februari kepada para penggemar JKT48 di Indonesia sebagai responden. JKT48 yang beranggotakan 51 perempuan muda ini menjadi bentuk komoditas yang di jual ke masyarakat. Masyarakat yang menggemari mereka rela menyisihkan uang dan waktu mereka untuk membeli produk asli JKT48, menonton pertunjukan mereka baik di teater maupun panggung musik harian, atau sekedar dapat berjumpa dan bersalaman dengan salah satu anggota mereka. Mereka percaya dengan melakukan itu, JKT48 akan tetap ada untuk menghibur mereka.

.....

Indonesia entertainment industry particularly in music tinged new forms brought from Japan with JKT48 presence in Indonesia. JKT48 is a Japanese idol group first established abroad by Yasushi Akimoto. This kind form entertainment popular among the people of Indonesia, especially in urban teens. However, behind the popularity of JKT48 result they tend to be exposed to influence of the fans called commodity fetishism. This journal tried to analyze the phenomenon of JKT48 and commodity fetishism. This study uses descriptive analysis to data sources obtained through literature review by books, journals, articles, and di JKT48 fans forum on the internet. In addition to literature review, the data included analysis the results of questionnaire distribution by Pitra Satvika conducted via the Internet through Survey Monkey application for two weeks in February to the fans in Indonesia JKT48 as respondents. JKT48 consisting of 51 young women is a form of commodities that are sold to the public. People who idolize them willing to set aside their money and time to buy the original product JKT48, watch their performances both in theater and music stage daily, or just to meet and shake hands with one of their members. They believe by doing that, JKT48 will still be there to entertain them.