

Interaksi Sosial Dalam Virtual Event Pada Tagar #JeketiSelcaDay

(Studi Netnografi *Cyber Fandom* Fans JKT48 di Twitter)

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh :

Raissa Maulidya Khairunnisa

1906026137

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi saudara :

Nama : Raissa Maulidya Khairunnisa

NIM : 1906026137

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Interaksi Sosial Dalam Virtual Event Pada Tagar #JeketiSelcaDay
(Studi Netnografi *Cyber Fandom* Fans JKT48 di Twitter)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 24 Maret 2023

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi & Tata Tulis



Dr. Moch. Parmudi, M.Si.

NIP.196904252000031001



Ririh Megah Safitri M.A.

NIP. 199209072019032018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Interaksi Sosial Dalam Virtual Event Pada Tagar #JeketiSelcaDay

(Studi Netnografi *Cyber Fandom* Fans JKT48 di Twitter)

Oleh :

Raissa Maulidya Khairunnisa

1906026137

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi

pada tanggal 12 April 2023 dan dinyatakan

LULUS



Ketua :

Dr. Fokhratul Khoir, M.Ag.

NIP. 197701202005011005

Sekretaris :

Ririh Megah Safitri, M.A.

NIP. 199209072019032018

Penguji 1

Naili Ni'matul I., M.A.

NIP. 199101102018012003

Pembimbing 1

Dr. Moch. Parmudi, M.Si.

NIP.196904252000031001

Pembimbing 2

Ririh Megah Safitri M.A.

NIP. 199209072019032018

PERNYATAAN

Dengan ini saya Raissa Maulidya Khairunnisa menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Maret 2023



Raissa

Raissa Maulidya Khairunnisa

1906026137

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Interaksi Sosial Dalam Virtual Event Pada Tagar #JeketiSelcaDay (Studi Netnografi Cyber Fandom Fans JKT48 di Twitter)”**. Sholawat serta salam penulis haturkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menjadi umat yang berintelektual dan ber Akhlaqul Karimah.

Dengan taufik dan karunia dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan proses akhir dari yang penulis dapatkan dari selama berkuliah di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis sangat menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan penulis tidak dapat menyelesaikannya tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Moch. Parmudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fisip UIN Walisongo Semarang sekaligus Dosen Pembimbing pertama penulis yang banyak memberikan nasihat, arahan, masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Ririh Megah Safitri M.A., selaku Dosen Pembimbing kedua penulis yang juga selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Nur Hasyim M.Si., selaku Dosen Wali Akademik penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah mendidik dan dan mengajarkan penulis berbagai ilmu pengetahuan baru hingga penulis dapat menyelesaikan Program Studi Sarjana.
7. Seluruh Staff tendik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang banyak membantu dalam proses administrasi selama penulis menjadi mahasiswa.

8. Teristimewa untuk kedua orang tua dan keluarga penulis, Ibu Erida Wuri Handayani, Bapak Saiful Mustaqim, Eyang Marwati, dan Alm. Eyang Soemardi Setjopoernomo yang telah berjuang dengan ikhlas serta senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan untuk penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, Wuri Nastiti, Silvi Alya Nurkhasyanah, dan Rizka Rohmah Fauzia yang menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah selama berkuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
10. Rekan Sosiologi D Angkatan 2019. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu memberikan bantuan dan dukungan satu sama lain.
11. Rekan organisasi penulis, KSR PMI Unit UIN Walisongo Semarang yang secara tidak langsung memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan luar biasa untuk penulis.
12. Fans JKT48 yang ada di twitter khususnya untuk Caca, Ocan, Dea, Tata, David, Eril, Ranchika, Fattah, dan Pasha yang telah banyak membantu dalam mendapatkan data serta bersedia menjadi informan penelitian skripsi ini.
13. Idol Group JKT48 dan members-nya yang memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini melalui musik dan hiburan yang ada.

Dengan segala ucapan syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah terlibat dan semoga apa yang diberikan kepada penulis akan mendapat kebaikan lebih dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga hasil karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan masyarakat luas, Aamiin.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 18 Maret 2023



Raissa Maulidya Khairunnisa

1906026137

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT.

Saya persembahkan karya ini kepada:

Mama Erida Wuri Handayani yang telah melahirkan, mendidik, dan memfasilitasi saya hingga perguruan tinggi S-1, serta doa yang selalu menyertai untuk anaknya dalam setiap langkah hidupnya.

Almamaterku FISIP UIN Walisongo Semarang harapan bangsa dan agama yang menjadi tempat menuntut ilmu, dan sebagai saksi perjalanan saya menghadapi masa depan.

MOTTO

“Impian ada ditengah peluh bagai bunga yang mekar secara perlahan. Usaha keras itu tak akan mengkhianati.” (JKT48 – Shonichi)

ABSTRAK

Dalam era digital modern, penggunaan media sosial dapat memudahkan akses melalui *handphone* sehingga setiap individu dapat melakukan interaksi serta berkomunikasi lebih mudah dan praktis secara virtual. Dengan adanya kelebihan komunikasi dan penyebaran informasi yang cepat di media sosial kemudian digunakan oleh Fans JKT48 untuk saling berinteraksi satu sama lain. Interaksi virtual tersebut terjadi di twitter dalam kegiatan Jeketi Selca Day pada tagar #JeketiSelcaDay yang merupakan suatu kegiatan para Fans JKT48 setiap tanggal 17 setiap bulan dengan mengunggah foto diri sendiri yang disandingkan bersama foto idolanya di JKT48. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi Fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day serta mengetahui bentuk partisipasi interaksi virtual di twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Data lapangan diperoleh melalui observasi partisipatif online dan wawancara online dengan menggunakan pesan *chat* atau *direct message* melalui *twitter*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, tindakan rasional instrumental menunjukkan adanya keinginan untuk dikenal fans JKT48 yang memiliki nama besar dalam fandom, mendapatkan relasi baru, meramaikan dan menaikkan tagar, meningkatkan eksistensi fandom Fans JKT48 kepada masyarakat umum, menambah *followers* pada akun twitter pribadi, menaikkan engagement akun twitter, keinginan untuk dikenal oleh member JKT48 dan ingin menjadi pusat atensi di media sosial twitter. Dalam tindakan afektif menunjukkan bahwa adanya loyalisme yang ingin ditunjukkan kepada idola di JKT48, perasaan senang yang dirasakan saat di *notice* oleh idola, dan adanya rasa sayang kepada idolanya. Selain itu, bentuk interaksi yang terjadi diantara fans JKT48 yang berpartisipasi kegiatan virtual Jeketi Selca Day yaitu asosiatif, dimana bentuk interaksi berupa komentar positif yang cenderung untuk saling menyapa sesama fans JKT48, mengajak berkenalan, dan juga untuk memuji kepada partisipan Jeketi Selca Day.

Kata Kunci : Fans JKT48, Interaksi Sosial, Twitter, Selca Day

ABSTRACT

In the modern digital era, the use of social media can facilitate access via mobile phones so that each individual can interact and communicate more easily and virtually. With the advantages of communication and the rapid dissemination of information on social media, it is then used by the JKT48 Fans community to interact with each other. This virtual interaction occurs on Twitter in the Jeketi Selca Day activity with the hashtag #JeketiSelcaDay which is an activity for JKT48 fans every 17th of every month by uploading a photo of themselves alongside a photo of their idol in JKT48 with as much creativity as possible. This caused researchers to be interested in conducting research on virtual interactions between JKT48 fans and the motivation that prompted JKT48 fans to follow Jeketi Selca day on Twitter and create a social interaction that occurs in virtual spaces. This study uses a qualitative method with a netnographic approach. Field data was obtained through participatory online observation by mingling or joining the JKT48 Fans community on Twitter and online interviews using chat messages or direct messages via Twitter social media. In this study, interview documentation was carried out by means of screenshots or screenshots. Data analysis is inductive as well as with data analysis techniques through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that first, in instrumental rational action it shows that there is a desire to be known by JKT48 fans who have big names in the fandom, get new relationships, enliven and raise hashtags, increase the existence of the JKT48 fans fandom to the general public, and increase followers on Twitter accounts. personal. Second, in rational action, values show that there is an existential value to be achieved so that JKT48 members are known and become the center of attention on Twitter social media. Third, in instrumental rational action, it shows that there is loyalty to be shown to idols in JKT48, the feeling of pleasure that is felt when being cared for by idols, and there is affection for their idols. The form of interaction that occurs between JKT48 fans who participate in Jeketi Selca Day virtual activities is associative, where the form of interaction is in the form of positive comments that tend to greet fellow JKT48 fans, invite acquaintances, and also to praise Jeketi Selca Day participants.

Keywords : JKT48 Fans, Social Interactions, Twitter, Selca Day

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	I
PERNYATAAN.....	III
KATA PENGANTAR	IV
LEMBAR PERSEMBAHAN	VI
MOTTO.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Metodologi Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II CYBER FANDOM FANS JKT48 DALAM PERSPEKTIF TEORI TINDAKAN SOSIAL MAX WEBER	17
A. Teori Tindakan Sosial Max Weber	17
1. Definisi Tindakan Sosial	17
2. Tindakan Sosial Max Weber Dalam Aktivitas Virtual Jeketi Selca Day	18
B. Interaksi Parasosial Idol Group JKT48 dan Penggemar.....	19
1. Konsep Interaksi Sosial.....	19
2. Aspek Dalam Interaksi Sosial	24
3. Interaksi Parasosial JKT48 dan Penggemar Dalam Twitter	27
4. Islam dan Interaksi Sosial	31
C. Aktivitas <i>Cyber Fandom</i> Fans JKT48 di Media Sosial Twitter.....	34
1. <i>Cyber Fandom</i> Fans JKT48 di Twitter	34
2. Twitter Sebagai Media Fans JKT48 Dalam Bereksprei	36
3. Twitter Sebagai Wadah Interaksi Dengan Antar Sesama Penggemar	38

BAB III TAGAR #JEKETISELCADAY SEBAGAI KEGIATAN VIRTUAL CYBER FANDOM FANS JKT48 DI TWITTER.....	40
A. Jeketi Selca Day Sebagai Kegiatan Virtual di Twitter	40
1. Sejarah Munculnya Jeketi Selca Day.....	40
2. Tagar #JeketiSelcaDay yang Diikuti Oleh Fans JKT48.....	42
B. Project Fans JKT48 Sebagai Bentuk Aktivitas Idoling Penggemar	45
1. Kultur Idoling JKT48.....	45
2. Virtual Project Fans JKT48 di Twitter.....	48
BAB IV MOTIVASI FANS JKT48 DALAM MENGIKUTI JEKETI SELCA DAY DI TWITTER	62
A. Tindakan Fans JKT48 yang Berasal Dari Pemikiran Logis	62
1. Keinginan Untuk Dikenal Oleh Fans JKT48.....	63
2. Relasi Baru	64
3. Meningkatkan Eksistensi Fans JKT48 di Twitter Kepada Umum.....	66
4. Meramaikan dan Menaikkan <i>Hashtag</i>	67
5. Menambah Followers Twitter	68
6. Menaikkan <i>Engagement</i> Akun Twitter	69
7. Meningkatkan Eksistensi Agar Dapat Dikenal Member JKT48.....	71
8. Menjadi Pusat Atensi di Media Sosial Twitter	78
B. Tindakan Fans JKT48 yang Dipengaruhi Oleh Dorongan Emosional	79
1. Loyalisme yang Ditujukan Kepada Idola	80
2. Perasaan Senang yang Dirasakan Saat di <i>Notice</i> Oleh Idola.....	84
3. Memberi Dukungan Kepada Idola Sebagai Ungkapan Rasa Sayang	86
BAB V PARTISIPASI INTERAKSI FANS JKT48 DALAM FENOMENA JEKETI SELCA DAY DI TWITTER.....	88
A. Bentuk Interaksi Virtual Fans JKT48 Dalam Jeketi Selca Day	88
1. Interaksi Virtual Melalui Fitur Dalam Twitter	88
2. Interaksi Virtual Antar Fans JKT48 Melalui Komentar.....	90
3. Interaksi Virtual yang Terbangun Melalui Cuitan	95
B. Dampak Jeketi Selca Day Dalam Kehidupan Virtual Fans JKT48.....	99
1. Meningkatkan Kepercayaan Diri dan <i>Self Love</i>	99
2. Menambah Relasi	104
3. Dapat Bertemu Dengan Sesama Fans JKT48 Secara Tatap Muka	107
BAB VI PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan.....	110

B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Official JKT48	28
Gambar 2. 2 Konten Video Oleh Fans JKT48	37
Gambar 3. 1 Tweet Awal Mula Jeketi Selca Day	41
Gambar 3. 2 Trending Tagar #JeketiSelcaDay	42
Gambar 3. 3 Contoh Jeketi Selca Day	43
Gambar 3. 4 Jeketi Selca Day yang Diikuti Oleh Fans JKT48	44
Gambar 3. 5 Birthday Project Fanpage	50
Gambar 3. 6 Avatar Project	51
Gambar 3. 7 Graduation Project.....	53
Gambar 3. 8 200 Show Project	55
Gambar 3. 9 Sonichi Project	56
Gambar 3. 10 Senshuuraku Project	58
Gambar 3. 11 Anniversary Project	60
Gambar 4. 1 Tindakan Rasional Instrumental Tata	64
Gambar 4. 2 Tindakan Rasional Instrumental David	65
Gambar 4. 3 Tindakan Rasional Instrumental Caca	66
Gambar 4. 4 Tindakan Rasional Instrumental Fattah	67
Gambar 4. 5 Tindakan Rasional Instrumental Ranchika	69
Gambar 4. 6 Tindakan Untuk Meningkatkan Engagement.....	70
Gambar 4. 7 Tindakan Agar Dikenal member JKT48.....	72
Gambar 4. 8 Tindakan Untuk Meningkatkan Eksistensi	73
Gambar 4. 9 Pengumuman Event Video Call Dengan JKT48.....	74
Gambar 4. 10 Ungkapan Senang ketika JSD di notice member JKT48	75
Gambar 4. 11 Tindakan rasional nilai Ocan	76
Gambar 4. 12 Notice Jeketi Selca Day Dari Member JKT48.....	77
Gambar 4. 13 Tindakan Untuk Mendapat Atensi.....	78
Gambar 4. 14 Tindakan afektif Ocan	82
Gambar 4. 15 Tindakan afektif Caca.....	85
Gambar 4. 16 Tindakan afektif Dea	87
Gambar 5. 1 Konten Jeketi Selca Day Dari @Deanj1_.....	89
Gambar 5. 2 Screenshot Komentar Pujian Pada Akun Twitter @Deanj1_	91
Gambar 5. 3 Komentar yang Diberikan dari @Deanj1_	92
Gambar 5. 4 Fanart Jeketi Selca Day @Deanj1_	93
Gambar 5. 5 Bentuk Interaksi @flutterrogers di Twitter	94
Gambar 5. 6 Interaksi yang diterima oleh @flutterrogers.....	95
Gambar 5. 7 Tweet “Drop Your JSD”	96
Gambar 5. 8 Komentar Pada Tweet @soangx	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Profil Subjek Penelitian.....	13
Tabel 3. 1 Tabel Klasifikasi Fanbase JKT48	46
Tabel 3. 2 Tabel Fanbase Member JKT48 di Twitter.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

JKT48 merupakan sebuah *idol grup* yang dibentuk oleh produser yang berasal dari Jepang bernama Yasushi Akimoto dan merupakan *sister group* pertama dari luar Jepang yaitu AKB48 yang berada di Akihabara, Tokyo dan sudah membentuk grup di domisili lain seperti NMB48 (Namba, Osaka), SKE48 (Sakae, Nagoya), HKT48 (Hakata, Fukuoka), NGT48 (Niigata). Sedangkan yang berada di negara lain yaitu SNH48 (Shanghai, China), AKB48 Team TP (Taipei, Taiwan), BNK48 (Bangkok, Thailand), CGM48 (Chiang Mai, Thailand), dan MNL48 (Manila, Filipina). JKT48 sendiri mulai dibentuk sejak November 2011 dan bertempat di Jakarta, Indonesia. Anggota atau member JKT48 semuanya adalah perempuan yang dilatih untuk menjadi seorang idola meliputi menari, bernyanyi, serta berakting agar dapat lebih percaya diri di dalam dunia hiburan. Secara umum idola grup bukan hanya grup musik, idola dimaknai seseorang yang dapat bekerja sebagai model, aktor, pembawa acara, serta juru bicara komersial.

Hingga saat ini penggemar JKT48 terhitung sangat banyak dimulai dari laki – laki, perempuan, serta dari berbagai kalangan anak-anak, remaja, namun tidak sedikit orang dewasa juga menjadi bagian dari fandom ini. Terbukti dari jumlah *followers* yang ada di akun twitternya @officialJKT48 yang telah mencapai empat juta lebih pengikut. Berbeda dengan konsep *girlband*, sejak awal mulai debut hingga sekarang di tahun 2023, JKT48 mempunyai total 47 anggota atau member dari 11 generasi yang berbeda dengan menggunakan konsep “JKT48 New Era” atau JKT48 Era Baru dengan harapan dapat *Go International* dalam dunia *entertainment*.

Selain tampil dalam acara *on air*, JKT48 juga melakukan aksi panggung atau pertunjukan di teaternya sendiri yang bertempat di Mall FX Sudirman Lantai 4, Jakarta Selatan. Terdapat banyak cara yang dilakukan oleh Fans JKT48 untuk mendukung JKT48 seperti datang menonton pertunjukan teater, membeli *merchandise official*, melakukan *fan chant*, memberikan hadiah, serta memberikan dukungan melalui media sosial kepada anggota JKT48, contohnya seperti memberikan semangat dan memberikan sapaan dalam kolom komentar dan *mention* di twitter sehingga menyebabkan munculnya sebuah interaksi virtual yang terjadi di media sosial.

Semakin berkembangnya TIK (teknologi informasi dan komunikasi) menjadikan internet sebagai perantara komunikasi yang lebih efektif pada masyarakat di era digital modern. Terutama pada penggunaan media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui *handphone* dengan bermacam fasilitas canggih yang tersedia di dalamnya sehingga setiap individu dapat melakukan interaksi serta berkomunikasi lebih mudah dan praktis secara virtual atau tidak melalui tatap muka (Setiadi, 2016). Dengan adanya keuntungan berkomunikasi serta penyebaran informasi yang begitu cepat kemudian dimanfaatkan oleh komunitas Fans JKT48 di media sosial twitter untuk saling berinteraksi satu sama lain. Dalam hal ini pada tahun 2020, saat munculnya pandemi covid-19 mengakibatkan seluruh aktivitas tatap muka antara JKT48 dengan Fans dibatasi untuk mematuhi protokol kesehatan dan kemudian digantikan dengan aktivitas virtual seperti *video call* berbayar, *two shot online*, serta pertunjukan teater secara *live streaming*. Akibat aktivitas virtual tersebut kemudian menyebabkan munculnya sebuah fenomena baru yang melibatkan sebuah interaksi antar Fans JKT48 dalam tagar #JeketiSelcaDay yang diadakan setiap bulan di setiap tanggal 17.

Aktivitas virtual Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay merupakan suatu event untuk para Fans JKT48 dengan mengupload atau mengunggah foto diri sendiri) bersama foto idola kesukaannya di JKT48 dengan kreasi serta kreatifitas sebebas-bebasnya. *Selca* berasal dari bahasa inggris dan merupakan gabungan dari kata *self* dan *camera* yang berarti mengambil foto atau gambar diri sendiri menggunakan *handphone* atau pun kamera. *Selca* juga mempunyai arti yang sama dengan *selfie* dan juga *swafoto*. Istilah selca sendiri awalnya ramai karena adanya *Korean Wave* oleh *K-netz* atau *Korean Netizens* atau masyarakat Korea. Biasanya dalam Event *Selca Day* di twitter para fans menyamakan pose foto, mengambil gambar di lokasi yang sama, ataupun berfoto menggunakan barang yang sama digunakan oleh idolanya menggunakan berbagai filter agar terlihat lebih estetik. Kegiatan ini diikuti oleh fans JKT48 menggunakan tagar #JeketiSelcaDay dalam *caption tweet* mereka. Munculnya aktivitas dalam penggunaan tagar #JeketiSelcaDay bahkan mencapai *trending topic* Indonesia di twitter setiap bulannya. Awal mula adanya Jeketi Selca Day mulai diperkenalkan oleh salah satu akun Fans JKT48 dengan *username* @seindwich pada tanggal 23 Maret 2020. Pada *tweet* atau

cuitan @seindwich dalam *thread* nya memperkenalkan tagar #JeketiSelcaDay hingga akhirnya sekarang semakin ramai digunakan oleh kalangan Fans JKT48.

Dalam setiap konten Jeketi Selca Day yang diunggah oleh Fans JKT48 terdapat sebuah interaksi yang terjadi, seperti saling meng*hype* atau saling berbalas komentar, *retweet*, serta memberikan *like*. Tidak jarang juga anggota JKT48 yang memberikan sebuah *attention* atau perhatian untuk memberikan *fanservice* kepada fans nya. Sebuah event selca day sudah ada sejak tahun 2011 dengan berbagai tagar dari berbagai fandom terutama fandom Korea Pop (K-Pop), seperti #ArmySelcaDay, #OnceSelcaDay, #WizoneSelcaDay, #StaySelcaDay, #NCTZenSelcaDay, #CaratSelcaDay #MidzySelcaDay, #MySelcaDay, dll sampai akhirnya fenomena ini masuk dan diikuti oleh para Fans JKT48 di Indonesia. Sehingga dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa yang menjadi motivasi Fans JKT48 mengikuti fenomena Jeketi Selca Day sehingga menciptakan interaksi dalam ruang siber dan mendorong terjadinya sebuah interaksi sosial yang terjadi antar komunitas Fans JKT48 di *twitter*. Alasan peneliti lebih ingin meneliti tentang komunitas JKT48 dibandingkan komunitas lainnya karena peneliti tertarik dengan. Peneliti juga memilih media sosial twitter sebagai tempat penelitian karena event *selca day* lebih banyak dilakukan di twitter dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti facebook dan instagram.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana motivasi para Fans JKT48 untuk mengikuti event Jeketi *selca day* yang mendorong terjadinya sebuah interaksi virtual antar komunitas Fans JKT48 di media sosial *twitter*?
2. Bagaimana bentuk partisipasi komunitas Fans JKT48 dalam tagar Jeketi Selca Day sebagai wujud interaksi virtual di *twitter*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui motivasi Fans JKT48 mengikuti fenomena Jeketi Selca Day sehingga menciptakan interaksi dalam ruang siber dan mendorong terjadinya sebuah interaksi sosial yang terjadi antar komunitas Fans JKT48 di *twitter*.

2. Untuk mengetahui bentuk partisipasi komunitas Fans JKT48 dalam fenomena Jeketi Selca Day

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berusaha untuk mengungkap serta menggali fenomena Jeketi Selca Day yang terjadi di media sosial twitter, serta mengkaji bagaimana fenomena Jeketi Selca Day dapat menyebabkan interaksi sosial secara virtual di kalangan Fans JKT48. Peneliti juga akan menggali bentuk partisipasi Fans JKT48 dalam Jeketi Selca Day yang terjadi di twitter.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan penelitian yang ingin dicapai diharapkan dapat memberi manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

- a. Bagi pembaca ataupun akademisi yang menekuni kajian media siber, tentang selebriti atau idola, dan bahasan mengenai komunitas virtual, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.
- b. Bagi masyarakat umum, penelitian diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan mampu menggambarkan fenomena yang terjadi di dalam ruang siber atau media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

Terdapat 3 sub-bab yang berisi beberapa penelitian atau literatur ilmiah terdahulu yang dijadikan bahan acuan dan perbandingan peneliti dalam melakukan penelitian. Cukup banyak studi tentang JKT48 yang dilakukan dari para peneliti di bidang ilmu yang berbeda. Akan tetapi adapun perbedaan fokus serta subjek penelitian yang sudah pernah diangkat sebelumnya. Untuk memberikan sebuah gambaran serta perbedaan untuk perbandingan pada fokus yang akan diteliti penulis menggunakan beberapa tinjauan pustaka.

1. Idol Group JKT48

Kajian atau studi mengenai JKT48 ataupun komunitas Fans JKT48 sudah pernah dilakukan sebelumnya. Pada penelitian oleh Siti Ntara Muthmainah M, dan Irmulan Sati Tomohardjo menggunakan metode fenomenologi dengan model Alfred Schutz. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Fans merasa bahagia karena konsep '*Idol You Can Meet*', member JKT48 menjadi dapat mengenalinya sebagai fans yang selalu mendukungnya selama ini. Para fans JKT48 menganggap bahwa member JKT48 merupakan sosok teman serta kakak. Dari hasil penelitian yang didapat, komunikasi yang ada di antara fans JKT48 memiliki arti untuk meningkatkan semangat serta motivasi. Fans JKT48 berinteraksi dan berteman dengan fans JKT48 lainnya dengan bergabung dalam fanbase atau komunitas khusus untuk mendukung idolanya di JKT48. Dengan adanya interaksi yang terjadi, penggemar JKT48 mendapatkan sosok teman baru, keluarga baru, serta mendapat relasi dari berbagai kalangan (Tomoharjo 2020), sehingga dapat saling berbagi atau bertukar informasi tentang JKT48 maupun diluar JKT48. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa fans JKT48 merasa dapat mendukung idolanya di JKT48 secara bersama-sama dan bisa melakukan aktivitas idoling seperti menyaksikan theater serta konser JKT48 karena adanya fanbase atau komunitas. Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti memiliki perbedaan yaitu pada fokus penelitian pada komunitas fans JKT48 di twitter terutama pada partisipasi mereka terhadap adanya kegiatan virtual di media sosial.

Kajian mengenai JKT48 juga dibahas oleh Siti Ntara Muthmainah Mulya, dan Ahmad Mulyana dari Universitas Mercu Buana Jakarta dalam *Journal of Social and Political Sciences* Vol. 5. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitiannya menjelaskan konsep "*Idol You Can Meet*" yang diusung oleh JKT48 yang digunakan untuk menyatukan antara fans dengan idola mereka sehingga fans dapat melihat secara langsung perkembangan serta penampilan dari idola mereka yaitu JKT48 yang teater nya bertempat di Mall FX Sudirman, Jakarta Selatan. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, pada interaksi parasosial, Fans JKT48 tetap bisa saling berinteraksi dengan member JKT48 disaat pandemi melalui kegiatan virtual seperti menyaksikan theater yang disiarkan online secara *streaming, live showroom, video call* berbayar, dan lainnya meskipun harus mengeluarkan biaya ratusan ribu hingga

jutaan rupiah. Motivasi nya sangat beragam, ada yang berniat untuk memberikan hiburan dan semangat, adanya rasa rindu dengan idola mereka di JKT48, menghilangkan penat serta stres setelah kerja atau pun kuliah, ada juga yang hanya karena alasan eksistensi di kalangan Fans (Mulya and Mulyana 2022). Dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang lebih mendalam tentang interaksi terutama interaksi pada antar Fans JKT48 di *twitter*. Pada penelitian dalam artikel ini fokus terhadap interaksi antar idola (JKT48) dengan fans, sedangkan penelitian yang akan dilakukan interaksi antar satu Fans JKT48 dengan Fans JKT48 lainnya.

2. Kegiatan Virtual Selca Day

Kajian atau penelitian mengenai *selca day* sudah dilakukan sebelumnya, akan tetapi sangat terbatas. Skripsi oleh Vidya Audina Gesty Arinda yang berjudul ‘Selca Day Sebagai Aktivitas Komunitas Online Penggemar K-pop Perempuan di Twitter’ dari Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan studi ilmu komunikasi pada tahun 2021, memaparkan bahwa interaksi yang terjadi pada penggemar dapat diamati dari fitur komentar (*reply*), suka (*like*), dan *retweet* yang mereka berikan untuk postingan atau tweet penggemar lain sebagai bentuk saling mendukung dan ikut serta dalam memeriahkan event *Selca Day* di *twitter* (Gesty 2021). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan konstruktivisme sebagai paradigmanya. Menurut hasil penelitian ini, kegiatan *Selca Day* yang dibuat oleh penggemar juga bermaksud untuk meningkatkan rasa percaya diri dan memiliki harapan kemajuan bagi idola serta fandomnya agar semakin dikenal. Selain untuk meningkatkan rasa percaya diri setiap orang juga bisa saling berkenalan secara virtual untuk menambah relasi satu domisili bahkan internasional, dan juga dapat mempererat hubungan pertemanan antar penggemar. Penggemar merasa lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan *Selca Day* di media sosial *twitter* karena rasa semangat kepada idolanya. *Selca Day* juga merupakan suatu bentuk perilaku parasosial penggemar karena mereka berusaha untuk melakukan imitasi atau mengikuti cara atau gaya idola mereka berfoto dalam suatu waktu. Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini memiliki perbedaan yaitu pada subjek penelitian oleh Vidya Audina Gesty Arinda ini menggunakan Fandom K-Pop sebagai sumber data, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan terfokus

pada penggemar atau fans JKT48.

3. Media Sosial Twitter

Terdapat banyak kajian mengenai media sosial twitter. Akan tetapi yang peneliti gunakan sebagai rujukan difokuskan studi pada komunitas atau fandom serta penggunaan tagar. Penelitian oleh Afitia Sagita dan Donie Kadewardana dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila menggunakan pendekatan kualitatif serta jenis penelitiannya adalah deskriptif. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa para Fans Boyband BTS atau yang biasa disebut *Army* biasanya mencari informasi melalui grup *fanbase* atau *fan account* untuk mengetahui jadwal, event, serta kegiatan yang dilakukan oleh idolanya (Kadewardana, 2018). Melalui media sosial, semakin memudahkan bagi penggemar untuk saling berinteraksi dengan idola maupun sesama penggemar dengan cara mengekspresikan emosinya untuk membangun sebuah relasi. Tidak jarang juga para penggemar melakukan fan project untuk mendukung idolanya melalui akun fanbase. Bahkan eksistensi *fanbase* melalui *project* yang dibuatnya bisa mencapai *trending topic* di media sosial twitter. Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti, memiliki perbedaan yang terletak pada subjek penelitian, yaitu Fans JKT48 yang ada di twitter.

Penelitian mengenai twitter juga dilakukan oleh Zulfi Ikhsan Putraji dari Universitas Indonesia dengan menggunakan *virtual ethnography* sebagai metodenya. Hasil dari penelitian artikel ini menyatakan bahwa aktivitas digital dengan menggunakan tagar #100JutaMaskerChallenge merupakan sebagai wadah bersatunya gagasan, ide, kreatifitas, sebagai bentuk *crowdsourcing* dan merupakan sebuah tanda terjadinya sebuah gerakan (Putraji 2022). Penggunaan hashtag atau tagar sebagai kanal dari informasi yang mempunyai kemampuan tertentu adalah sesuatu yang jarang ditemui. Tagar biasanya dipakai untuk menyatakan sebuah opini atau digunakan untuk mengumpulkan dukungan secara *online* atau daring. Tagar juga memiliki peran untuk mengangkat sebuah isu-isu yang ada, akan tetapi peran sebuah aktivis digital juga penting melalui informasi yang tersalurkan. Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti memiliki perbedaan yaitu peneliti ingin mengetahui kegunaan tagar selain digunakan untuk menyatakan opini dan untuk menggalang dukungan secara daring, dalam hal ini peneliti akan mengamati dan menganalisis dalam tagar #JeketiSelcaDay yang digunakan oleh fans JKT48 untuk berinteraksi secara virtual.

Penelitian lain oleh Awad Bin Muhammad Alkatiri, Zhafira Nadiah, dan Adinda Nada S. Nasution yang menggunakan analisis isi kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Temuan yang ditemukan dari penelitian ini bahwa dalam tagar #newnormalindonesia dominan memiliki presentase negatif dengan berisi kurangnya dukungan masyarakat kepada pemerintah dalam penerapan new normal. Dalam hasil penelitian yang telah ditemukan bahwa suatu berita atau masalah atau fenomena yang ada dapat tersebar dengan cepat melalui pengguna media sosial khususnya pada pengguna twitter dengan bermacam *reply* serta tagar yang bisa menjadi *trending topic* karena kepopuleran media sosial yang semakin meningkat (Alkatiri, dkk, 2020). Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti memiliki perbedaan yaitu pada pengamatan partisipasi terutama pada fitur *reply* (komentar) antar Fans JKT48 dimana tagar #JeketiSelcaDay yang begitu cepat menyebar disaat tanggal 17 setiap bulannya menjadikan tagar tersebut selalu masuk kedalam *trending topic* di twitter.

Penelitian selanjutnya oleh Lady Joanne yang meneliti tagar #TrueBeauty di twitter yang terbentuk dari gerakan para penggemar komik Webtoon True Beauty yang digunakan sebagai wadah menyampaikan opini mereka tentang artis yang cocok untuk memerankan adaptasi film tersebut. Dalam penyampaian opini para aktor dan aktris menggunakan fitur retweet dan mention dibanding *reply* secara langsung. Yang mengawali gerakan ini yakni akun @webtoon dengan memberi pertanyaan kepada pengikutnya tentang siapa pemeran yang cocok untuk adaptasi True Beauty. Tagar #TrueBeauty akhirnya tersebar luas bahkan hingga ke luar negara dengan latar belakang culture yang berbeda-beda dan membentuk sebuah kelompok serta cluster penggemar yang berbeda. Peran aktor dan influencer dalam penyebaran opini publik juga penting dalam lingkup komunitas yang berbeda serta cara penyampaian dan tata bahasa yang dapat diterima oleh culture dalam komunitas tersebut (Tjahyana 2021). Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti memiliki perbedaan yakni penelitian mendalam tentang fenomena tagar #JeketiSelcaDay yang ada di twitter oleh komunitas Fans JKT48.

Eza Okta Afifah dan Triarona Kusuma juga melakukan penelitian mengenai twitter pada tahun 2019. Penelitian dari artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Dalam penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil yaitu fans Seventeen memakai twitter sebagai wadah untuk dapat berkomunikasi dan

saling menyebarkan informasi kepada sesama penggemar. Twitter mempunyai fitur seperti *reply*, *coment*, *like*, *quote tweet*, dan *direct message* digunakan oleh para Fans untuk saling berinteraksi satu sama lain kepada sesama fans baik di Indonesia maupun Internasional. Twitter yang memiliki sifat *real time* membuat para fans dapat dengan cepat mendapat informasi *update* tentang Seventeen. Hal itu yang membuat para fans menjadi mudah untuk saling berinteraksi antar sesama fans dengan cepat dan mudah. Interaksi – interaksi serta kegiatan yang dilakukan fans Seventeen menjadikan terbentuknya sebuah *cyberfandom* Seventeen yang ada di twitter (Kusuma, 2019). Jika dibandingkan dengan penelitian yang akan diteliti memiliki perbedaan yaitu penelitian mendalam tentang *cyberfandom* Fans JKT48 yang ada di twitter.

Penelitian atau kajian diatas membuat peneliti tertarik meneliti JKT48 karena saat ini JKT48 merupakan sebuah *idol group* di Indonesia yang sudah 11 tahun berkarya dengan popularitasnya yang semakin meningkat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari sebuah loyalitas seorang Fans terhadap idolanya di JKT48. Selama 11 tahun berkarya tentunya juga banyak culture atau budaya yang masih melekat maupun adaptasi budaya *idoling* baru yang membuat peneliti tertarik meneliti topik ini. Selain itu terdapat adaptasi seiring dengan berkembangnya zaman mulai dari komunitas offline menjadi *cyber fandom* yang berada di internet, lalu yang awalnya interaksi tatap muka menjadi interaksi virtual yang bisa dilakukan melalui perantara media sosial, kemudian kegiatan dan aktivitas komunitas secara offline seperti *gathering* menjadi berbagai macam kegiatan virtual yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang Selca Day. Dari beberapa tinjauan pustaka tersebut peneliti juga menyadari bahwa pembahasan tentang media sosial sangat luas. Akan tetapi peneliti memilih menggunakan twitter sebagai tempat penelitian karena rata-rata subjek penelitian ini yaitu Fans JKT48 merupakan pengguna media sosial twitter, dibanding media sosial lainnya. Hal ini disebabkan oleh faktor member JKT48 dan akun *official* JKT48 yang lebih *update* terhadap keseharian dan jadwal mereka melalui akun twitter nya.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Sedangkan peneliti akan menggunakan netnografi oleh Robert

Kozinets sebagai pendekatan penelitiannya. Netnografi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *ethnos* yang artinya warga bangsa dan *graphien* yang artinya tulisan. Netnografi juga berasal dari kata *internet connection network*. Netnografi memiliki arti metode penelitian secara daring yang digunakan untuk memahami interaksi sosial dalam komunikasi di ruang digital (Annex, 2018). Pendekatan netnografi meliputi beberapa prosedur atau langkah – langkah yang terdiri dari enam tahap. Pertama perencanaan penelitian, yaitu dengan penyusunan proposal penelitian yang meliputi penentuan rumusan dan tujuan penelitian, jenis penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Kedua *entree* atau hak untuk bergabung dengan suatu lingkup kelompok tertentu, yaitu dengan ikut berbaur kedalam komunitas Fans JKT48 di twitter untuk melakukan survei dan observasi. Ketiga pengumpulan data, yaitu dengan. Keempat interpretasi, yaitu pengumpulan data dari informan. Kelima berpegang kepada standar etis, meliputi ketersediaan narasumber untuk memberikan informasi. Keenam representasi, meliputi pengelompokkan data untuk di analisis menggunakan teori yang dipakai.

Menurut Robert Kozinets, netnografi adalah bentuk dari riset etnografi yang digunakan untuk mengungkap fenomena dari bermacam jenis interaksi sosial di internet, digunakan untuk menganalisis budaya dalam media sosial dan komunitas *online* yang ada secara publik dalam komunitas siber. (Kozinets, 2010). Sedangkan menurut Hine (2000) etnografi virtual merupakan metodologi yang dipakai untuk meneliti internet dengan melakukan observasi terhadap pengguna saat menggunakan internet. Jorgen Skageby dalam Daniel (2011) mengungkapkan bahwa *online ethnographical* adalah metode yang dipakai pada studi kualitatif untuk memahami yang terjadi dalam komunitas virtual. Katie J. Ward (Ward, 1999) memakai istilah *cyber-ethnographic* sebagai teknik untuk meneliti komunitas virtual untuk mengungkap informasi yang didapatkan dari anggota komunitas virtual tersebut, baik dari pemikiran maupun pengalaman. Definisi netnografi juga dapat diartikan sebagai metode penelitian kualitatif yang diadaptasi dari teknik riset etnografi yang digunakan untuk mempelajari budaya dan komunitas yang ada di dalam internet atau *computer-mediated-communications* yang kemudian berkembang menjadi teknik riset yang dapat digunakan pada media sosial dengan cara melakukan observasi serta wawancara secara daring atau online.

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi-partisipasi serta wawancara secara *online* kepada Fans JKT48 di media sosial *twitter* yang ikut berpartisipasi dalam Jeketi Selca Day. Dalam penelitian ini, pertama data yang dikumpulkan melalui observasi secara online dengan menyalin unggahan yang ada dalam tagar #JeketiSelcaDay. Selanjutnya melakukan analisis dari data yang telah terkumpul dan menganalisis partisipasi dari Fans JKT48 yang turut mengikuti event Selca Day.

a. Observasi

Hashtag atau tagar merupakan salah satu aspek penting yang berguna untuk menjangkau *target audience* dan *follower* (pengikut) baru serta mempermudah untuk melacak suatu gerakan yang ada di media sosial. Dalam penelitian ini dilakukan observasi secara *online* dengan fans JKT48 ataupun antar Fans JKT48 di *twitter* dengan mengamati cara berkomunikasi dan cara mereka untuk saling melakukan interaksi secara virtual melalui media sosial. Riduwan (2004:104) menjelaskan observasi adalah teknik pengumpulan data oleh peneliti dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek ataupun subjek untuk melihat kegiatan yang dilakukan (Ayudia 2016). Dikutip dari buku yang berjudul “Observasi: Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi” oleh Salis Ni'matuzahroh dan Susanti, Spradley dalam (Satori & Aan, 2011) mengemukakan bahwa terdapat beberapa macam yang menjadi objek observasi, pertama ruang dan tempat, kedua subjek atau pelaku, ketiga benda-benda atau objek, keempat tindakan yang muncul dari subjek, kelima peristiwa dan kejadian, keenam durasi atau waktu, ketujuh tujuan yang ingin dicapai peneliti, dan kedelapan emosi atau perasaan yang dirasakan oleh subjek (Ni'matuzahroh 2018).

Dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni melakukan observasi partisipatif dengan berbaur atau bergabung kedalam komunitas Fans JKT48 yang ada di *twitter*. Sebagaimana pendekatan netnografi oleh Kozinets yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi yang bersifat observasional dimana peneliti termasuk ke dalam tipe *lurker* atau pengintai/pengintip. Adapun prosedur yang peneliti akan gunakan untuk menggambarkan informasi yang diberikan oleh informan adalah sebagai berikut:

1. Menyusun draft wawancara yang berisi pertanyaan yang relevan dengan selca day, JKT48, twitter, dan motivasi partisipasi.
2. Peneliti melakukan wawancara secara daring atau online melalui pesan chat menggunakan fitur yang ada di twitter (*direct message*).
3. Peneliti melakukan dokumentasi secara online melalui screenshot (tangkapan layar) untuk mendukung kevalidasian hasil wawancara.
4. Peneliti menganalisis data dan hasil wawancara untuk direduksi dan menarik kesimpulan lebih lanjut.

b. Wawancara

Setelah melakukan observasi online, dilakukan wawancara dengan narasumber. Dikutip dari buku yang berjudul “Wawancara” oleh Fadhallah R.A. Denzin mendefinisikan wawancara adalah suatu percakapan tatap muka (*face to face*) dimana salah satu pihak menggali informasi lawan bicaranya. Sedangkan definisi wawancara menurut Kerlinger (1992) adalah suatu peran dalam situasi tatap muka interpersonal dimana salah satu orang (*interviewer*) bertanya kepada satu orang untuk diwawancarai untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian (Fadhallah 2021). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang jelas dan lengkap. Wawancara akan dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan pesan *chat* atau *direct message* melalui media sosial *twitter* kepada narasumber. Metode ini dipilih supaya jawaban dari narasumber dapat mudah digunakan sebagai bukti wawancara dan menghindari kemungkinan jawaban yang hilang.

Dalam pengambilan sample narasumber pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* menurut Sugiyono (2015) merupakan teknik pengambilan informan yang dipakai oleh peneliti dengan suatu pertimbangan tertentu (Maharani and Bernard 2018). Sedangkan menurut (Kriyantono, 2012: 158) teknik *purposive* adalah cara mengambil informan penelitian dengan cara memilih narasumber dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan begitu peneliti memiliki beberapa kriteria narasumber yang akan diteliti, antara lain:

- 1) Subjek pada penelitian ini merupakan pria/wanita yang termasuk Fans JKT48.

- 2) Subjek penelitian memiliki akun twitter pribadi.
- 3) Subjek merupakan pengguna aktif twitter dengan minimal 300 *followers*.
- 4) Subjek pernah pernah mengikuti event Jeketi Selca Day dan turut berinteraksi dengan sesama Fans JKT48 di twitter.

Karena peneliti menggunakan teknik *purposive*, maka peneliti telah menetapkan 9 orang narasumber yang akan diwawancarai yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pemilik akun twitter yang akan di diwawancarai atau menjadi subjek penelitian antara lain yaitu:

No	Nama	Username Twitter	Usia	Domisili	Oshi di JKT48
1.	Ocan	@soangx	21	Jawa Tengah	Jessica Chandra
2.	Justitia Tata Kartika	@flutterrogers	19	Balikpapan	Jessica Chandra
3.	Dea Ayu	@Deanjl_	23	Makassar	Shani Indira Natio
4.	Caca	@hasacaa_	20	Kalimantan Timur	Cornelia Vanisa
5.	David Juniarto	@dapiddddddddddd	22	Indramayu	Gabriela Abigail
6.	Pasha Pradana Naim	@naim_pasha	23	Jakarta	Feni Fitriyanti
7.	Fattah Pratama	@fnprtm	25	Solo	Adzana Shaliha
8.	Ranchika	@ranchikaaa	27	Banjarmasin	Lulu Salsabila
9.	Eril	@_eriruuu	22	Tangerang	Angelina Christy

Tabel 1. 1 Profil Subjek Penelitian

Pada tabel diatas merupakan tabel yang berisi profil yang menjadi seorang informan dalam penelitian ini. Berbagai pertanyaan diberikan peneliti kepada informan dengan pertanyaan umum mengenai seputar Jeketi Selca day di twitter dan juga

pertanyaan khusus yang merujuk pada tindakan serta motivasi mereka mengikuti event virtual tersebut. Peneliti mengambil sembilan informan dari Fans JKT48 yang pernah mengikuti Jeketi Selca Day di *twitter*. Profil informan didapatkan melalui pra-riset, observasi, serta wawancara secara online. Wawancara online pertama dimulai pada tanggal 8 Februari 2023, dimana peneliti mewawancarai dua informan sekaligus yaitu Caca dan Dea yang sama-sama sudah menjadi Fans JKT48 selama 3 tahun. Kemudian wawancara online dilanjutkan pada tanggal 9 Februari 2023 kepada informan Ocan dan Tata yang dimana keduanya sudah menjadi Fans JKT48 selama 11 tahun terhitung sejak JKT48 memulai debutnya. Peneliti melanjutkan wawancara online pada tanggal 10 Februari 2023 kepada informan Pasha. Menurut hasil observasi, Pasha sangat sering dan jarang absen mengikuti Jeketi Selca Day setiap bulannya. Kemudian wawancara online dilanjutkan pada tanggal 12 Februari 2023 dengan informan Fattah dan Eiril. Wawancara online terakhir dilakukan dengan Ranchika pada tanggal 13 Februari 2023 yang merupakan seorang admin fanbase di *twitter*. Diketahui bahwa dari sembilan informan merupakan seorang Fans JKT48 dan pernah ikut berpartisipasi dalam Jeketi Selca Day beserta interaksi yang terjadi di dalamnya.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari Fans JKT48 yang ada di *twitter* yang ikut berpartisipasi dalam fenomena yang diteliti untuk memperoleh keterangan dari tujuan dan menjawab rumusan masalah yang ada.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, sebelum menuju lapangan untuk melakukan observasi dan wawancara, dilakukan analisis data. Analisis data dilakukan dimulai dari peneliti mendapat fokus penelitian sampai sampai pada pembuatan laporan penelitian. Jadi pelaksanaan analisis data digunakan sejak perencanaan penelitian hingga penelitian selesai. Dalam penelitian ini analisis data bersifat induktif yang lebih ditekankan pada makna disbanding generalisasi, dengan memaparkan kasus yang dikemukakan berdasar fakta yang ada di lapangan yang kemudian dipecahkan dan dianalisis permasalahannya untuk ditarik menjadi sebuah kesimpulan. Menurut Sugiyono (2007) analisis data merupakan proses mencari dan penyusunan dengan sistematis data hasil dari observasi dan wawancara dengan mengorganisasikan data serta memilah yang penting yang

digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan model Miles *and* Huberman. Miles dan Huberman memiliki pola dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam Sugiyono (2018) reduksi data merupakan merangkum, menyeleksi, serta memilah hal yang pokok dan penting sesuai dengan fokus penelitian. Reduksi data juga dilakukan proses penyempurnaan data, pengurangan dan penambahan data agar lebih relevan. Dengan begitu data yang akan direduksi lebih mudah dalam ditarik kesimpulannya.

b. *Data display* (Penyajian Data)

Penyajian data adalah proses pengumpulan bertujuan untuk memudahkan dan memahami yang terjadi selama penelitian. Dalam penyajian data juga dapat menggunakan tabel, bagan, grafik, matriks, dan juga denah. Pada data display dalam penelitian kualitatif berbentuk naratif. Miles dan Huberman mengatakan bahwa penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uraian singkat, kategori, bagan, flowchart, dan yang sejenisnya.

c. *Conclusions Drowing* (Penarikan Kesimpulan)

Proses terakhir dalam teknik analisis data yaitu verifikasi dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dilakukan dengan melihat hasil dari reduksi data dan mengacu pada rumusan dan tujuan penelitian yang hendak dicapai. Kesimpulan yang ditarik didukung oleh bukti – bukti yang valid serta konsisten saat pengumpulan data dilakukan agar kesimpulan yang didapatkan dapat bersifat dapat dipercaya atau kredibel.

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II : *Cyber Fandom* Fans JKT48 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber

Dalam bab ini berisi interaksi parasosial JKT48 dengan Fans JKT48 yang ada di *twitter*. Pada bab ini juga berisi tentang kajian teori, implementasi, Islam dan interaksi sosial, serta pendalaman teori tindakan sosial oleh Max Weber yang menjadi landasan teori penelitian dan digunakan untuk menganalisis motivasi Fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day.

BAB III : Tagar #JeketiSelcaDay Sebagai Kegiatan Virtual Cyber Fandom Fans JKT48 di Twitter

Dalam bab ini berisi penjelasan lebih dalam mengenai sejarah serta penjabaran tentang Jeketi Selca Day oleh Fans JKT48 dalam tagar #JeketiSelcaDay yang terjadi di *twitter*. Selain itu, pada bab ini akan menguraikan berbagai macam kegiatan dan *project* virtual yang diadakan oleh Fans JKT48 seperti *birthday project (seitansai)*, *avatar project*, *graduation project*, *special 100 & 200 show project*, *theater setlist project*, *sonichi project*, *last show project*, *sousenkyou project*, dan *anniversary project*.

BAB IV : Motivasi Fans JKT48 Dalam Mengikuti Jeketi Selca Day di Twitter

Dalam bab ini menguraikan hasil wawancara *online* yang telah dilakukan kepada narasumber dan temuan penelitian dari *cyberfandom* Fans JKT48 tentang motivasinya mengikuti Jeketi Selca Day di *twitter*. Dalam bab ini juga berisi implementasi dari klasifikasi teori tindakan sosial Max Weber terhadap motivasi Fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day, yaitu tindakan afektif, tindakan rasional nilai, dan tindakan rasional instrumental.

BAB V : Partisipasi Interaksi Fans JKT48 Dalam Fenomena Jeketi Selca Day di Twitter

Dalam bab ini berisi data informan dan bentuk partisipasi *Cyber Fandom* Fans JKT48 secara online di media sosial *twitter* saat event Jeketi Selca Day. Pada bab ini bentuk-bentuk partisipasi dalam event Jeketi Selca Day berupa interaksi secara *online* melalui fitur yang ada pada *twitter* yaitu *retweet*, *quote retweet (qrt)*, memberikan *reply* atau komentar, dan memberi *likes* atau suka dari partisipan dalam tagar #JeketiSelcaDay

BAB VI : Penutup

Dalam bab ini berisi jawaban dari rumusan masalah serta mencakup kritik dan saran.

BAB II
CYBER FANDOM FANS JKT48 DALAM PERSPEKTIF TEORI TINDAKAN SOSIAL
MAX WEBER

A. Teori Tindakan Sosial Max Weber

1. Definisi Tindakan Sosial

Tindakan sosial bisa terjadi akibat tindakan subyektif karena pengaruh dari kondisi atau situasi tertentu dan merupakan tindakan berulang yang disengaja akibat pengaruh situasi tertentu. Max Weber juga mengemukakan bahwa tindakan sosial itu sama halnya dengan teks. Yaitu jika hendak memahami tindakan seseorang, tidak cukup jika hanya melihat bentuknya saja, akan tetapi harus memahami motif, alasan, konteks, dan tujuan tindakan tersebut (Fatichatul, 2022). Menurut Max Weber, tindakan sosial harus dipelajari dalam ilmu sosial untuk tujuan tertentu.

Max Weber dalam bukunya yang berjudul “Teori-teori Sosial Dalam Tiga Paradigma” menjelaskan bahwa individu didalam masyarakat adalah seorang aktor yang kreatif. Sedangkan realitas sosial adalah bukan suatu alat yang stagnan daripada sebuah paksaan fakta sosial. Dalam artian tindakan individu tidaklah sepenuhnya ditentukan oleh adat, norma, nilai, dan lainnya yang mencakup dalam konsep fakta sosial. Walaupun pada akhirnya Max Weber mengakui bahwa didalam masyarakat terdapat struktur sosial. Pranata sosial dengan struktur sosial adalah sebuah dua konsep yang saling berkaitan satu sama lain dalam pembentukan sebuah tindakan sosial (Wirawan, 2012).

Dalam buku yang berjudul “*Max Weber: The Theory of Social and Economic Organization*” terdapat empat klasifikasi tindakan sosial oleh Max Weber. Yang *pertama* adalah *Zwerk Rational* atau tindakan rasional instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan dengan usaha oleh pelaku dengan tindakan dan pertimbangan atau pemikiran yang rasional, logis (masuk akal) sehingga mencapai suatu tujuan yang diharapkan (Nisrima, 2016). *Kedua* adalah *Werk Rational* atau tindakan rasional nilai, adalah tindakan yang didasari oleh nilai – nilai dan pemikiran logis (rasional) untuk tujuan, manfaat serta alasan tertentu sesuai dengan nilai yang hendak dicapai oleh

pelaku (Vivin, 2021). *Ketiga* yaitu *affectual action* atau tindakan afektif, yaitu tindakan yang dilakukan karena adanya dorongan emosional atau dikuasai oleh perasaan serta dilakukan tanpa pemikiran rasional. Dalam tindakan ini terjadi karena adanya perasaan yang menggebu-gebu seperti marah, sedih, takut, senang, cinta dan termasuk dalam tindakan afektif. *Keempat* adalah *traditional action* atau tindakan tradisional, yakni tindakan yang dilakukan dan sudah biasa secara turun temurun.

2. Tindakan Sosial Max Weber Dalam Aktivitas Virtual Jeketi Selca Day

Menurut Max Weber, terdapat 4 (empat) golongan atau tipe yang menjadi tindakan sosial. Yaitu *zwerk rational*, *werk rational*, *affectual action*, dan *traditional action*, dengan penjelasan sebagai berikut:

a. *Zwerk Rational* (tindakan rasional instrumental), yaitu tindakan yang dilakukan dengan usaha oleh pelaku dengan tindakan dan pertimbangan atau pemikiran yang rasional, logis (masuk akal) sehingga mencapai suatu tujuan yang diharapkan (Nisrima, 2016). Dalam tindakan rasional instrumental memiliki sifat yang mutlak pada seseorang agar dapat memilih tujuan yang selanjutnya. Dalam konteks Jeketi Selca Day, tindakan rasional instrumental berdasarkan atas keinginan mereka sendiri berupa keinginan untuk mendapatkan popularitas dan relasi baru di media sosial twitter.

b. *Werk Rational* atau (tindakan rasionalitas nilai), adalah tindakan yang didasari oleh nilai – nilai dan pemikiran logis (rasional) untuk tujuan, manfaat serta alasan tertentu sesuai dengan nilai yang hendak dicapai oleh pelaku (Vivin, 2021). Pada tindakan rasional nilai, tindakan yang akan dilakukan tidak berdasar salah benarnya melainkan untuk tujuan pribadi yang berorientasi pada nilai sosial. Dalam konteks Jeketi Selca Day, tindakan rasionalitas nilai yang ada berupa nilai eksistensi yang ingin dicapai oleh Fans JKT48 agar dianggap keberadaannya oleh idolanya di JKT48. Eksistensi yang terbentuk membuat seseorang dapat merasa lebih terpendang dan diterima oleh lingkungan sekitar tidak terkecuali dalam lingkungan virtual.

c. *Affectual action* (tindakan afektif), yaitu tindakan yang dilakukan karena adanya dorongan emosional atau dikuasai oleh perasaan serta dilakukan tanpa pemikiran rasional. Dalam tindakan ini terjadi karena adanya perasaan yang

menggebu-gebu seperti marah, senang, sedih, takut, cinta dan termasuk dalam tindakan afektif. Tindakan afektif termasuk kedalam tindakan sosial irasional. Pada konteks Jeketi Selca Day, tindakan afektif fans JKT48 disebabkan karena adanya rasa suka, rasa sayang, dan loyalitas kepada idolanya di JKT48.

d. *Traditional action* (tindakan tradisional), yakni tindakan yang dilakukan dan sudah biasa secara turun temurun atau tindakan yang dilakukan karena sudah terbiasa. Tindakan tradisional dapat diperoleh dari tradisi yang sudah ada sebelumnya. Tindakan tradisional adalah tindakan tanpa adanya perhitungan ekonomis secara matang, sehingga tindakan ini juga termasuk irasional.

Menurut Max Weber, tindakan merupakan suatu tindakan dan pemikiran yang menimbulkan sebuah makna, dengan ciri-ciri: 1) Setiap tindakan yang terjadi memiliki karakter sosial yang mempunyai makna yang berorientasi pada orang lain dalam peristiwa yang terjadi berulang; 2) Tindakan memberi makna dalam setiap tindakan dengan sepenuhnya sadar dan penuh keyakinan; 3) Rangkaian kegagalan yang terjadi di masa sekarang, masa lampau atau masa lalu adalah pembelajaran; 4) Tindakan sosial khas dengan kelompok dan terarah kepada orang lain.

B. Interaksi Parasosial Idol Group JKT48 dan Penggemar

1. Konsep Interaksi Sosial

Dalam kehidupan sehari – hari butuh suatu interaksi dengan orang lain. Karena pada dasarnya manusia memiliki kemampuan untuk dapat saling berinteraksi satu sama lain di lingkungan sosial. Interaksi sosial menurut Bonner, merupakan suatu hubungan antar 2 individu atau lebih sehingga orang yang satu dapat mempengaruhi sedangkan orang yang satu lagi memperbaiki individu lain ataupun sebaliknya (Sisrazeni, 2017). Berbeda dari Bonner, Young memiliki pendapat tentang definisi interaksi sosial yaitu hubungan timbal balik antara 2 orang atau lebih. Effendi (2007) mendefinisikan interaksi sosial sebagai hubungan antara individu satu dengan individu yang lainnya, serta dapat mempengaruhi individu lainnya ataupun sebaliknya (Harahap, 2020).

Interaksi sosial adalah sebuah hubungan secara timbal balik diantara satu individu dengan individu lain nya maupun individu dengan kelompok, dan kelompok dengan

kelompok yang lainnya yang didalam hubungan tersebut dapat saling memperbaiki, memengaruhi, maupun mengubah satu sama lain. Interaksi sosial menurut Gillin, adalah suatu hubungan sosial yang bersifat dinamis bersangkutan dengan individu maupun suatu kelompok. Saat dua individu bertemu terjadilah interaksi sosial, kemudian saling berteguran, menyapa, bersalaman, saling berbicara, dan lainnya. Aktivitas tersebut merupakan termasuk kedalam interaksi sosial. (Soekanto, 1985:51) walaupun kedua belah pihak tidak sedang bertatap muka, akan tetapi interaksi sosial tetap terjadi karena masing - masing pihak sadar dengan penambahan respon ataupun perasaan. Hal tersebut menyebabkan suatu kesan pada orang yang selanjutnya menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya (Maghfiroh, 2021).

Menurut *behaviouristic psychology*, interaksi sosial berisi tentang reaksi dari kedua belah pihak individu. Sedangkan definisi interaksi sosial menurut Soekanto (2010) yaitu hubungan yang sifatnya timbal balik dan terjalin antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok (Suharno, 2019). Di dalam proses interaksi sosial dapat menghasilkan menjadi dua bentuk yakni proses asosiatif dan proses disosiatif.

a. Asosiatif, merupakan interaksi yang mempunyai sifat dalam bentuk menyatukan, mengarah kepada keharmonisan yang terdiri dari beberapa macam yakni:

1) *Cooperation* (kerja sama)

Dalam hidup bermasyarakat, kerja sama terbentuk dari adanya kesadaran bahwa individu memiliki kepentingan yang sama sehingga sepakat untuk melakukan kerja sama dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama. Charles H. Cooley dalam Abdulsyani (2002) menjelaskan bahwa kerjasama terjadi karena individu menyadari bahwa masing – masing memiliki kesamaan kepentingan dan menyadari bahwa mempunyai kecukupan pengendalian untuk memenuhi kepentingan tersebut. Soekanto (2013) menyebutkan bahwa bentuk kerja sama memiliki beberapa macam yaitu:

a) Berdasarkan pelaksanaannya :

1. Gotong royong, yang juga mencakup sikap saling tolong menolong dan menyebabkan kerukunan diantara individu.

2. *Bargaining*, merupakan realisasi sebuah perjanjian tentang pertukaran jasa maupun barang diantara dua individu ataupun lebih.
3. *Cooptation* atau kooptasi, merupakan proses menerima unsur baru dari dalam kepemimpinan didalam politik suatu organisasi.
4. Koalisi, merupakan perpaduan diantara dua organisasi atau lebih dengan suatu tujuan tertentu yang sama.
5. *Jointventure*, merupakan bentuk kerja sama di dalam perusahaan atau proyek tertentu

b) Berdasarkan sifatnya :

1. *Traditional cooperation* (kerjasama tradisional), merupakan bentuk kerja sama dari unsur sistem sosial yang berlaku.
2. *Contractual cooperation* (kerjasama kontrak), merupakan bentuk kerja sama yang didasari atas kesepakatan bersama dari ikatan syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan.
3. *Directed cooperation* (kerjasama langsung), merupakan bentuk kerja sama secara langsung dari perintah dari pemimpin kepada bawahannya.
4. *Spontaneous cooperation* (kerjasama spontan), merupakan bentuk kerja sama yang terjadi tanpa adanya pertimbangan.

2) *Acomodation* (akomodasi)

Sebuah proses menyesuaikan antara satu individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok adalah akomodasi, yang bertujuan untuk mengatasi, mencegah, mengurangi kekacauan sosial. Selain itu, akomodasi dapat mencegah timbul nya konflik, menghindari persaingan tidak sehat, menyebabkab peleburan budaya, dan menjalin kerja sama antar individu atau kelompok. Akomodasi berarti *equality* atau keseimbangan dimana di dalam masyarakat sepakat untuk tidak saling menentang yang memiliki tujuan mengurangi perbedaan paham, pertentangan dari individu maupun kelompok dalam waktu yang sementara maupun tetap. Proses akomodasi dibedakan menjadi beberapa macam yaitu:

- a) Kompromi, merupakan bentuk dari *accommodation* dimana pihak yang memiliki keterlibatan dari masing – masing mengurangi tuntutan untuk

mencapai penyelesaian suatu konflik yang terjadi, dan didasari oleh kesediaan kedua belah pihak untuk memahami keadaan pihak yang lain.

b) *Mediation* atau mediasi, merupakan suatu cara untuk menyelesaikan konflik atau masalah dengan bantuan dari pihak yang bersifat netral atau pihak ketiga serta tidak mempunyai kekuasaan untuk menentukan keputusan penyelesaian konflik diantara kedua pihak yang berselisih.

c) *Arbitration* atau arbitrase, merupakan jalan untuk menyelesaikan konflik yang dipilih dari masing – masing pihak yang bertikai dengan bantuan dari pihak ketiga dari suatu badan atau lembaga yang memiliki kewenangan.

d) *Adjudication* atau peradilan, merupakan cara yang ditempuh untuk menyelesaikan konflik melalui jalur badan pengadilan.

e) *Stalemate*, merupakan suatu kondisi dari kedua belah pihak yang berselisih yang memiliki *power* yang setara dan dari masing – masing pihak memutuskan untuk berhenti meneruskan konflik atau pertentangan diantara mereka.

f) *Consilation* atau konsiliasi, merupakan suatu usaha untuk menyatukan atau mempertemukan masing – masing dari keinginan pihak yang berkonflik untuk dicapainya suatu tujuan bersama. Konsiliasi memiliki sifat terbuka bagi kedua belah pihak yang berkonflik untuk mengadakan asimilasi.

i. *Toleration* atau toleransi, merupakan bentuk akomodasi tanpa persetujuan secara resmi, terjadi secara tidak sadar dan tanpa adanya suatu rencana karena untuk menghindari perselisihan yang mungkin terjadi.

ii. *Coercion*, merupakan proses yang dilakukan karena adanya pemaksaan kehendak dari salah satu pihak kepada pihak yang lebih lemah kedudukannya, yang terjadi akibat perbedaan kedudukan atau kekuasaan.

3) *Asimilation* (asimilasi)

Asimilasi ditandai dengan adanya suatu proses usaha untuk mengurangi perbedaan yang ada diantara individu, atau kelompok di dalam bermasyarakat untuk tercapainya tujuan bersama. Asimilasi terjadi

apabila terdapat latar belakang kebudayaan yang berbeda sehingga kebudayaan asli akan berubah menjadi suatu budaya baru sebagai bentuk budaya campuran. Asimilasi lebih mudah dilakukan apabila terdapat faktor toleransi, keseimbangan, sikap saling menghargai, sikap keterbukaan persamaan budaya dan juga perkawinan campuran (Soekanto, 2010).

4) *Acculturation* (akulturasi)

Dalam suatu kelompok dalam masyarakat terdapat kebudayaan yang beragam hingga semakin lama unsur dari dalam kebudayaan asing dapat diterima didalam budaya lama tanpa menghilangkan identitas kebudayaan itu sendiri disebut akulturasi. Akulturasi terjadinya dengan bercampurnya dua kebudayaan yang memiliki perbedaan kemudian membentuk suatu budaya baru tanpa menghilangkan unsur budaya yang lama.

b. Disosiatif, merupakan proses interaksi sosial yang memiliki sifat memisahkan dan mengarah ketidakharmonisan bahkan sampai terjadinya perpecahan, yang terbagi menjadi beberapa bentuk yaitu:

1) *Competition* (persaingan)

Kompetisi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu atau pun kelompok untuk mendapatkan kemenangan dari hasil secara kompetitif tanpa menyebabkan ancaman maupun bentrokan di pihak lawan. Kompetisi terjadi karena adanya perebutan sesuatu yang jumlahnya sedikit atau terbatas. Kompetisi dilakukan secara sportif dan tanpa adanya unsur kekerasan. Fungsi dari kompetisi sendiri untuk menyeleksi dan menyalurkan kepentingan serta keinginan dalam individu, kelompok yang ada di dalam masyarakat.

2) *Conflict* (pertentangan)

Konflik merupakan bentuk interaksi sosial disosiatif yang terjadi akibat individu atau kelompok mempunyai perbedaan kepentingan dan paham sehingga menimbulkan perpecahan atau pertikaian di dalam interaksinya. Pertentangan atau konflik dapat terjadi apabila seorang individu berusaha memenuhi keinginannya dengan menentang kehendak dari pihak lawan menggunakan kekerasan ataupun ancaman. Pertentangan ditandai dengan

adanya perbedaan dari fisik, adat, pengetahuan, keyakinan, maupun kepentingan pribadi yang susah untuk didamaikan. Bentuk dari konflik mencakup konflik pribadi, konflik antarkelas sosial, konflik politik, konflik rasial, dan konflik internasional.

3) *Contravention* (kontravensi)

Kontravensi merupakan bentuk persaingan yang sifatnya bertentangan. Wujud di dalam kontravensi bisa seperti menghasut, provokasi, intimidasi, pemfitnahan, pengkhianatan unsur golongan atau kebudayaan yang ditunjukkan kepada individu atau kelompok (Muslim 2013). Kontravensi ditandai dengan munculnya ketidakpastian terhadap diri sendiri dan perasaan tidak menyukai yang disembunyikan, tidak adanya keterbukaan, kebencian dan keraguan, serta perasaan resah dan tidak tenang. Kontravensi dibagi menjadi lima bentuk yang terdiri dari kontravensi sederhana, kontravensi umum, kontravensi intensif, kontravensi taktis, dan kontravensi rahasia.

Manusia memiliki naluri agar dapat melakukan interaksi dengan orang lain tanpa batasan ruang dan waktu. Proses interaksi merupakan takdir dari naluri manusia sejak lahir untuk bergaul dan bersosialisasi dengan individu lainnya dimana interaksi tersebut melibatkan kontak yang disertai komunikasi baik secara langsung, tidak langsung, maupun menggunakan perantara media. Dalam penelitian ini interaksi sosial yang dimaksud adalah interaksi sosial antar Fans JKT48 di media sosial twitter secara virtual. Dimana interaksi yang terjadi melalui respon yang memanfaatkan fitur twitter seperti *reply*, *retweet*, *quote retweet*, dan *like*, sehingga interaksi diantara Fans JKT48 terutama saat event Jeketi Selca Day terjadi secara virtual.

2. Aspek Dalam Interaksi Sosial

a. Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Interaksi sosial terjadi akibat adanya hubungan yang sifatnya dinamis dan bersangkutan dengan timbal balik antar individu maupun kelompok atau sebaliknya didalam masyarakat (Hakim and Fatoni 2020). Interaksi dapat berupa kontak maupun respon yang terjadi antar individu dengan individu, kelompok dengan kelompok, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.

Prof. Dr. Soerjono Soekanto menyatakan bahwa interaksi tidak dapat berlangsung apabila belum memenuhi syarat yaitu:

3. *Social Contact* (kontak sosial)

Dalam ilmu sosiologi kontak sosial tidak selalu merujuk pada interaksi secara fisik, karenanya interaksi dapat tetap dilakukan dengan pihak lain tanpa adanya sentuhan secara *physical*. Kontak sosial dapat didefinisikan sebagai gejala sosial dimana bertatap muka, berhubungan, dan berhadapan antara dua individu. Kontak sosial memiliki dua sifat, yang pertama primer yaitu apabila kontak terjadi secara langsung secara verbal dan gestural tanpa menggunakan perantara, misalnya berjabat tangan, berbicara, memberi senyuman, dan lain sebagainya. Yang kedua yaitu kontak sekunder non verbal, merupakan kontak yang terjadi melalui perantara atau menggunakan media untuk dapat saling berinteraksi. Perantara tersebut bisa melalui televisi, radio, HP, dan teknologi digital media sosial (Panggabean 2017).

4. *Social Communication* (komunikasi sosial)

Menurut Shannon dan Weave menjelaskan bahwa komunikasi merupakan bentuk interaksi yang tidak terbatas secara verbal dan nonverbal meliputi ekspresi, seni bahkan teknologi, serta dapat saling mempengaruhi satu sama lain baik sengaja maupun tidak sengaja (Vera 2012). Komunikasi menurut Ruben dan Steward merupakan proses dimana individu terlibat didalam hubungan diantara individu, kelompok, maupun masyarakat serta tercipta pesan untuk beradaptasi didalam lingkungan satu dengan lainnya. Sedangkan pengertian komunikasi sosial adalah proses interaksi yang dilakukan oleh individu atau suatu lembaga tertentu dengan menyampaikan sebuah pesan dalam rangka pembangunan adaptasi sosial. Komunikasi dibagi menjadi beberapa jenis antara lain komunikasi individual, komunikasi bebas, komunikasi timbal balik, komunikasi fungsional, komunikasi satu arah, komunikasi massal, serta komunikasi tidak langsung.

b. Unsur Interaksi Sosial

Pada interaksi sosial terdapat unsur – unsur yang ada. Pertama *social relation* (relasi sosial), adalah pengaruh yang berarah kepada pihak lainnya yang menjadi akibat dari timbal balik yang telah dilakukan. Kedua *social structure* (struktur sosial), yaitu aturan atau norma yang berhubungan dan mempunyai pola tertentu seperti baik atau buruknya sesuatu sesuai masyarakat yang terlibat. Ketiga *social act* (tindakan sosial), merupakan tindakan berupa tingkah laku serta perbuatan yang dapat dirasakan, didengar, dilihat, disikapi oleh pihak yang terlibat. Keempat *impression management* (manajemen kesan), yaitu sesuatu yang ditimbulkan atau dihasilkan dalam norma yang berlaku di dalam interaksi tersebut.

c. Ciri – ciri Interaksi Sosial

Charles P. Loomis menjelaskan bahwa sebuah hubungan dapat dikatakan interaksi apabila mempunyai ciri – ciri:

- 1) Memiliki tujuan jelas yang hendak dicapai diantara pelaku, baik tujuan yang sama maupun tujuan tidak sama
- 2) Melalui kontak sosial terdapat komunikasi antar aktor
- 3) Jumlah aktor atau pelaku lebih dari satu orang
- 4) Terdapat dimensi waktu (lampau, masa kini, dan masa yang akan datang)

d. Faktor Terjadinya Interaksi Sosial

Dalam interaksi sosial terdapat faktor dari luar dan faktor dari dalam individu yang bisa mempengaruhi terjadinya interaksi. Pengaruhnya dapat tertuju secara terpisah dan secara bersamaan. Terdapat empat macam faktor yang menyebabkan terjadinya interaksi sosial, adalah sebagai berikut:

- 1) *Imitation factor* (imitasi), merupakan sikap meniru tindakan atau perilaku orang lain yang sifatnya dapat positif maupun bersifat negatif. Hal tersebut diakibatkan oleh kondisi adanya rasa kagum, minat, dan perhatian yang terhadap suatu hal.
- 2) *Suggestion factor* (sugesti), merupakan proses dalam individu untuk menerima tindakan dari orang lain tanpa dimulainya pemikiran kritis. Sebagai akibatnya, sugesti akan terpengaruh dan mengikuti pada ide, pandangan dan diterima secara tidak sadar. Sugesti memiliki tiga jenis

yakni *crowd suggestion* (sugesti kerumunan), *negative suggestion* (sugesti negatif), dan *prestige suggestion* (sugesti prestise).

- 3) *Identification factor* (identifikasi), merupakan proses lebih lanjut dari sugesti dan imitasi, yaitu keinginan dari dalam diri individu untuk memiliki kesamaan dengan orang lain. Sasaran yang diidentifikasi dinamakan idola, dan berpengaruh terhadap terbentuknya perkembangan diri seseorang.
- 4) *Sympathy factor* (simpati), merupakan proses dalam faktor interaksi sosial dimana terdapat dorongan keinginan individu untuk memahami perasaan orang lain, yang didasari oleh emosional terhadap orang lain. Simpati mempunyai pengaruh yang dalam cenderung bertahan lebih lama.

3. Interaksi Parasosial JKT48 dan Penggemar Dalam Twitter

1. Profil JKT48

JKT48 merupakan sebuah *idol group* yang dibentuk oleh produser yang berasal dari Jepang bernama Yasushi Akimoto dan merupakan *sister group* pertama dari luar Jepang yaitu AKB48 yang berada di Akihabara, Tokyo dan sudah membentuk grup di domisili lain seperti NMB48 (Namba, Osaka), SKE48 (Sakae, Nagoya), HKT48 (Hakata, Fukuoka), NGT48 (Niigata). Sedangkan yang berada di negara lain yaitu SNH48 (Shanghai, China) AKB48 Team TP (Taipei, Taiwan), BNK48 (Bangkok, Thailand), CGM48 (Chiang Mai, Thailand), dan MNL48 (Manila, Filipina). JKT48 sendiri mulai dibentuk sejak November 2011 dan bertempat di Jakarta, Indonesia. Anggota atau member JKT48 semuanya adalah perempuan yang dilatih untuk menjadi seorang idola meliputi menari, bernyanyi, serta berakting agar dapat lebih percaya diri di dalam dunia hiburan. Secara umum idola grup bukan hanya grup musik, idola dimaknai seseorang yang dapat bekerja sebagai model, aktor, pembawa acara, serta juru bicara komersial.

Hingga saat ini penggemar JKT48 terhitung sangat banyak dimulai dari laki-laki, perempuan, serta dari berbagai kalangan anak-anak, remaja, namun tidak sedikit orang dewasa juga menjadi bagian dari fandom ini. Terbukti dari jumlah *followers* yang ada di akun twitternya @officialJKT48 yang telah mencapai empat juta lebih pengikut. Berbeda dengan konsep *girlband* JKT48

merupakan *idol group* yang sejak awal mulai debut hingga sekarang di tahun 2022, JKT48 mempunyai total 47 anggota atau member dari 11 generasi yang berbeda dengan menggunakan konsep “JKT48 New Era” atau JKT48 Era Baru dengan harapan dapat *Go International* dalam dunia *entertainment*. Selain tampil dalam acara on air, JKT48 juga melakukan aksi panggung atau pertunjukan di teaternya sendiri yang bertempat di Mall FX Sudirman Lantai 4, Jakarta Selatan. Berbeda dengan budaya *western* dan Korea pop (K-Pop), Japanese pop atau J-Pop memiliki *vibes* yang lebih ceria dalam pembawaannya. Berawal dari budaya J-Pop yang berasal dari Jepang menyebar ke negara Timur Tenggara hingga masuk ke Indonesia dalam bentuk idol grup JKT48 yang terbentuk, terjadi sebuah akulturasi budaya khususnya dalam industri musik.

Gambar 2. 1 Logo Official JKT48



Sumber : <https://logos.fandom.com/wiki/JKT48>. Diunduh pada tanggal 23 Januari 2023

3. Interaksi Parasosial Fans JKT48 di Twitter

Interaksi sosial yang terdapat diantara individu saat ini tidak hanya terbatas pada interaksi *face to face* atau secara langsung, melainkan akibat adanya kecanggihan digital serta media sosial membuat interaksi sosial diantara individu semakin meluas bahkan hingga dapat membentuk komunitas di ranah virtual yang tidak tersedia di dalam masyarakat sebelumnya tanpa harus melakukan interaksi tatap muka secara langsung. Hal tersebut menjadikan manusia memiliki motivasi untuk memakai media sosial untuk memenuhi kebutuh bersosial, dan salah satunya dengan tokoh media atau idola mereka dimana hubungan interaksi

yang terjadi mempunyai kemiripan dengan interaksi di dunia nyata (Hoffner, 2022:62).

Hubungan komunikasi massa pada pertama kalinya dikembangkan oleh Horton & Wahl (1956) melalui paradigma interaksionisme simbolik dalam konsep parasosial. Dalam konsep ini, tokoh didalam media massa berkomunikasi dengan para audiens seperti berkomunikasi secara tatap muka. Jadi, interaksi parasosial merupakan ilusi secara *face to face* antara tokoh media dengan para audiens. Definisi interaksi parasosial menurut Rubin Mchug (1987) merupakan sebuah hubungan interpersonal secara satu arah yang terbangun dari seorang tokoh maupun audience kepada media. Stever (2013) mendefinisikan interaksi parasosial sebagai interaksi dimana seseorang memberikan response kepada figure media yang berada di media perantara seakan seorang *figure* sedang berada di ruang tempatnya berada (Chadijah, 2022). Dalam teorinya terdapat tiga bentuk interaksi parasosial yakni:

- 1) *Task attraction*, adalah tahap dimana penggemar menunjukkan suatu ketertarikan dalam bakat yang dimiliki oleh idolanya.
- 2) *Identification attraction*, adalah tahap dimana penggemar merasa memiliki kesamaan dan menunjukkan keinginan untuk menjadi seperti idola mereka.
- 3) *Romantic attraction*, adalah tahap dimana penggemar mempunyai perasaan emosional yang begitu kuat kepada idolanya.

Sedangkan pengertian interaksi parasosial menurut Horton dan Wohl (dalam Sagita, 2017:47) yaitu sebagai kedekatan yang berjarak, dimana kedekatan tersebut hanya bersifat satu arah atau satu sisi. Dalam hal ini, interaksi parasosial terjadi apabila audiens memberi respon kepada seorang tokoh media mendapat respon balik karena komunikasi hanya bersifat satu arah. Saat ini media sosial digunakan sebagai wadah bagi selebriti untuk lebih dekat dengan penggemarnya. Ditambah saat ini ada kemudahan untuk menanggapi setiap unggahan atau postingan dari seorang idola. Audiens seringkali merasakan bahwa tokoh media kesukaannya atau idolanya mengetahui keberadaan mereka seolah mereka mengetahui segala tentang tokoh media tersebut. Audiens dapat membentuk

interaksi parasosial dengan tokoh fiksi, artis, dan juga tokoh kartun. Istilah tersebut diciptakan untuk menggambarkan sebuah kondisi dimana audiens merasakan kedekatan, menyukai, dengan menunjukkan bermacam perilaku seperti menonton film yang dibintangi oleh idolanya, bahkan hingga mengoleksi berbagai macam *merchandise* seperti poster, DVD, *photopack*, *photobook*, *photocard*, dan lainnya yang berhubungan dengan idolanya.

Hubungan parasosial hadir dikarenakan interaksi yang berlanjut dan terus menerus, bahkan mencapai kondisi *long term relationship* (hubungan jangka panjang) sehingga dapat menyebabkan meningkatnya perasaan suka yang lebih erat terhadap tokoh media, bahkan audiens dapat menganggap bahwa tokoh media ini merupakan termasuk bagian penting didalam hidupnya. Dalam penelitian ini, tokoh media yang dimaksud yakni JKT48 sedangkan *audiens* adalah Fans JKT48. Dalam artian, kegiatan mengikuti, berkomunikasi, dan mencari tahu yang dilakukan oleh penggemar biasa disebut dengan interaksi parasosial (Sari and Purwanti 2022). Interaksi tersebut dilakukan oleh penggemar (Fans JKT48) dengan idolanya di JKT48 dan menimbulkan rasa kedekatan yang menimbulkan penggemar memiliki perasaan yang dekat dengan idolanya Rasa kedekatan itu muncul ketika idolanya membagikan kegiatan serta aktivitas yang sedang dilakukan kepada penggemarnya. Akan tetapi interaksi ini sifatnya hanya satu arah, karena hanya penggemar yang merasa sangat mengenal idolanya, akan tetapi sang idola belum tentu mengetahui ataupun mengenal penggemarnya.

Sama halnya dengan interaksi yang terjadi diantara Fans JKT48 dan Idol Group JKT48 di dalam media sosial twitter, dimana tokoh media yang memberikan sebuah informasi tentang keseharian dan kegiatan mereka kepada penggemarnya seolah memberi *feedback* kepada Fans JKT48 dan Fans JKT48 merasa telah melakukan interaksi dengan idolanya. Melalui adanya interaksi parasosial, para Fans JKT48 bisa mengekspresikan dan mengungkapkan rasa kagumnya kepada idolanya. Berbagai cara Fans JKT48 untuk seolah sedang berinteraksi dengan idolanya di JKT48, seperti mendengarkan lagu melalui *platform music*, menonton video dan konten tentang JKT48, mengikuti akun dan memantau update serta informasi perkembangan idolanya, dan juga

berkomunikasi di media sosial seperti memberikan komentar pada postingan atau *tweet* member JKT48.

4. Islam dan Interaksi Sosial

Konsep interaksi manusia sebagai ciptaan Allah SWT yang merupakan makhluk sosial dan selalu membutuhkan orang lain untuk bersosialisasi dengan sesama dan merupakan makhluk Allah SWT yang kompleks yang selalu melakukan interaksi dan kerja sama selama hidupnya (Muslim 2013). Hal tersebut dipicu dari kebutuhan bersosialisasi serta kebutuhan emosional yang ingin dipenuhi dan tidak dapat dibantah sebagai kodratnya. Dari dalam Al-Quran, dinyatakan bahwa manusia diciptakan bersuku – suku dan berbangsa – bangsa untuk saling mengenal (QS. Al Hujurat:13). Di dalam Ayat Surah Al Hujurat ditegaskan bahwa manusia secara implisit sudah ditakdirkan untuk saling mengenal. Proses adanya suku bangsa berawal dari saling mengenal kemudian terbentuk menjadi kelompok individu yang lebih besar. Bentuk dari interaksi sosial menurut Islam meliputi *ta'aruf*, *istibaq* atau *musabaqah* atau persaingan, silaturahmi, dan kerja sama dalam bentuk tolong menolong.

a) *Ta'aruf*

Ta'aruf bisa disebut juga dengan kontak sosial dengan definisi sebagai gejala sosial dalam wujud bertatap muka, berhubungan, dan berhadapan antara dua individu ataupun melalui perantara. Adanya *ta'aruf* diharapkan bahwa manusia dapat saling mengenal walaupun mempunyai berbagai perbedaan. Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha mengenal.” (QS. Al-Hujurat:13).

Wujud interaksi sosial yang ada pada QS. Al-Hujurat ayat 13 menunjukkan jika terciptanya manusia memiliki berbagai perbedaan fisik, budaya, ras, yang mempunyai maksud agar manusia dapat saling mengenal serta saling berinteraksi untuk pemenuhan kebutuhannya dan agar saling menolong serta menghargai dengan sesama.

b) *Istibaq* atau persaingan

Istibaq atau kompetisi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu atau pun kelompok untuk mendapatkan kemenangan dari hasil secara kompetitif tanpa menyebabkan ancaman maupun bentrokan di pihak lawan. Kompetisi terjadi karena adanya perebutan sesuatu yang jumlahnya sedikit atau terbatas. Kompetitif didalam Islam dimaksudkan merujuk pada soal Iman dan Amal Shaleh. Persaingan yang diperbolehkan atau diatur dalam Al-Quran yaitu tentang persaingan peran dan kedudukan, persaingan ekonomi, dan persaingan kebudayaan. *Istibaq* dijelaskan di dalam QS. Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ
جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah:148)

c) Silaturahmi

Silaturahmi mempunyai artian untuk saling berkunjung atau mengunjungi serta menjalin hubungan yang baik dan juga memperbaiki sebuah hubungan yang awalnya berselisih menjadi harmonis. Agama Islam menganjurkan umat-Nya untuk selalu menjaga hubungan baik dengan sanak saudara untuk memperkuat ukhuwah Islam dan terciptanya kedamaian dalam kehidupan manusia. Interaksi sosial Dalam bentuk silaturahmi dijelaskan didalam QS. An-Nisa ayat 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا
زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ
وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

“Wahai manusia! Bertakwalah pada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu, dan (Allah) menciptakan pasangannya: dan dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan (silaturahmi). Sesungguhnya Allah selalu menjagamu dan mengawasimu.” (QS. An-Nisa:1)

d) Kerja sama

Dalam hidup bermasyarakat, kerja sama terbentuk dari adanya kesadaran bahwa individu memiliki kepentingan yang sama sehingga sepakat untuk melakukan kerja sama dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama terjadi karena individu menyadari bahwa masing – masing memiliki kesamaan kepentingan dan menyadari bahwa mempunyai kecukupan pengendalian untuk memenuhi kepentingan tersebut. Kerja sama didalam Al-Quran meliputi ta’awun atau tolong menolong yang dijelaskan didalam QS. Al-Maidah ayat 2:

...وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong menolonglah kamu dalam berbuat kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Maidah:2)

Dalam Firman Allah SWT menegaskan jika Agama Islam menganjurkan agar manusia selalu saling tolong menolong dalam hal kebaikan untuk tercapainya tujuan bersama.

C. Aktivitas *Cyber Fandom* Fans JKT48 di Media Sosial Twitter

1. *Cyber Fandom* Fans JKT48 di Twitter

Penggemar JKT48 biasa dikenal dengan sebutan FJKT48 atau Fans JKT48. Sedangkan ‘Wota’ merupakan panggilan penggemar JKT48 bagi orang awam. Penggemar setia idola yang berulang kali pergi ke acara yang sama umumnya dikenal sebagai *Wota* (ヲ). Tanda utama seorang *wota* yaitu dia banyak menginvestasikan atau menghabiskan banyak uang serta waktu untuk idola favorit mereka. Jenkins menjelaskan bahwa terdapat hubungan, minat, serta ekspresi di dalam kelompok suatu penggemar (Mulyana 2022). Sejak awal debut di tahun 2011 hingga saat ini (2022), fandom JKT48 tidak memiliki penamaan spesifik dan hanya tetap menggunakan “FJKT48” atau Fans JKT48. Dengan begitu, Fans JKT48 memiliki peran sebagai sosok yang berperan dalam penyampaian pendapat dalam melakukan aktivitasnya, baik aktivitas secara langsung, maupun aktivitas secara virtual yang ada didalam komunitas atau *fanbase* untuk turut mengikuti event *seitansai*, *birthday project*, *anniversary* JKT48, serta membuat sebuah acara khusus bagi penggemar JKT48 untuk bisa berkumpul bersama dengan acara *gathering*.

Komunitas adalah sekumpulan individu yang memiliki kesamaan ketertarikan terhadap suatu hal. Menurut Kertajaya Hermawan (2008) komunitas adalah sekelompok individu yang saling peduli satu sama lain karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. Menurut Turban (2006) terdapat persamaan antara komunitas fisik dengan komunitas virtual seperti tetangga, *club*, organisasi perbedaan hanya pada tatap muka secara langsung. Dengan demikian pengertian komunitas online yaitu area orang untuk saling berbagi dan berpendapat, berinteraksi secara *online* dengan media sosial (Fazrin, 2018). Fandom merupakan gabungan dua kata yang berasal dari Bahasa Inggris yakni ‘*fans*’ dan ‘*kingdom*’ yang berarti komunitas dalam jumlah besar yang memiliki komitmen untuk membeli produk terus menerus dengan melibatkan suatu perasaan. Dalam suatu fandom sendiri mempunyai suatu ruang khusus yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama fans melalui *fanbase* di media sosial. Secara singkatnya, *fandom* merupakan sebuah komunitas sosial yang mempunyai dasar atas homogenitas atau

kesamaan. Fandom adalah *sub-culture* suatu penggemar yang menyediakan sebuah ruang bagi komunitas yang memungkinkan individu dengan ketertarikan, hobi, dan minat yang sama.

Teori komunikasi dunia maya atau *cyber community theory* menurut Severin dan Tankard adalah istilah yang kompleks yang disertai dengan fasilitas internet dan kemajuan sebuah multimedia dengan kualitas yang tinggi. Menurut penjabaran dari Bungin (2009) teori *cyber community* memiliki bentuk yang hampir mirip dengan kehidupan sosial pada umumnya, hanya saja proses komunikasi terjadi di internet atau virtual sebagai pembedanya (Afifah, 2019). Sedangkan pengertian dari *cyberfandom* menurut Gooch (2008) juga menjelaskan bahwa *cyberfandom* adalah sekelompok penggemar yang berasal dan terbentuk melalui media sosial atau dunia virtual yang berbasis pada internet. Terbentuknya virtual komunitas memunculkan istilah *cyber space*. Istilah *cyber space* menurut Gooch (2008) merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi dan informasi yang ditandai dengan munculnya berbagai macam media sosial sehingga menimbulkan terbentuknya berbagai macam kelompok penggemar di dunia virtual atau dunia maya. Kelompok yang ada di dalam dunia maya tersebut yang disebut *cyber fandom*. Sekumpulan *cyberfandom* memiliki karakteristik yang ada di dunia maya yaitu sebuah kelompok penggemar yang terbentuk dalam dunia atau virtual melalui media sosial berbasis internet. Keberadaan *cyber fandom* sendiri dapat memudahkan penyebaran dan menyampaikan informasi lebih cepat yang berkaitan dengan idola mereka.

Menurut Zarella (2010) menjelaskan bahwa media sosial twitter adalah media yang populer serta lebih mudah digunakan oleh *cyber fandom* suatu penggemar karena twitter merupakan media yang mudah untuk diakses dan cepat dalam penyampaian informasi dengan hanya membutuhkan waktu singkat akan tetapi informasi yang tersampaikan tersebar secara luas kepada umum. Selain itu, twitter merupakan media sosial yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk lebih leluasa dan bebas menentukan sendiri cara mereka untuk mempresentasikan diri di media sosial. Pengguna twitter yang termasuk penggemar JKT48 dan masuk ke dalam *cyber fandom* sebagian menggunakan

hal-hal yang berkaitan dengan idolanya sebagai identitas mereka. Misalnya menggunakan foto *oshi* atau idola mereka di JKT48, menggunakan *username* dan *display name* dengan nama idola favorit, ataupun ciri khas yang berkaitan dengan idola mereka di JKT48 tanpa menampilkan nama atau identitas asli mereka, atau biasa disebut akun anonim. Akan tetapi tidak jarang juga Fans JKT48 menunjukkan identitas asli mereka, seperti nama dan foto asli mereka di twitter.

2. Twitter Sebagai Media Fans JKT48 Dalam Berekspresi

Manusia sebagai makhluk sosial cenderung selalu mencari pertemanan di dalam hidupnya. Hubungan sosial yang terjadi tidak terbatas hanya hubunga secara langsung atau *face to face* melainkan dapat melalui teknologi digital berbasis virtual. Hoffner (2022:60) mengatakan bahwa pengguna yang menggunakan media sosial twitter mempunyai motivasi yang berbeda-beda dalam penggunaannya, bisa bertujuan karena keinginan pribadi, tujuan yang ingin dicapai, kebutuhan bersosialisasi ataupun emosional. Kebebasan berekspresi merupakan hak yang fundamental dan mutlak bagi hak asasi manusia (Anggraini, 2022). Bagi seorang penggemar, bentuk dukungannya kepada idolanya merupakan salah satu hal untuk mengekspresikan perasaan suka dan loyalitasnya. Bentuk pengekspresiannya dapat dilakukan secara individual maupun berkelompok melalui sebuah *fanbase*, serta dapat secara anonim ataupun terang terangan.

Kebebasan berekspresi dalam media sosial meliputi kebebasan untuk menyebarluaskan, mencari dan menerima info kemudian didiskusikan untuk mendukung ataupun memberikan kritik, menyampaikan gagasan, opini dan pendapat, secara lisan, cetak, ataupun tulisan, melalui bentuk seni budaya maupun media yang dipilih. Dalam hal ini, Fans JKT48 menggunakan twitter hingga mengikuti akun official dan member JKT48, akun fanbase, dan akun – akun yang berkaitan dengan JKT48. *Cyber fandom* Fans JKT48 berekspresi melalui media sosial twitter dengan menuliskan *tweet* pujian sebagai bentuk ekspresi dan luapan afeksi serta emosi kecintaannya kepada idolanya di JKT48. Banyak ditemukan berbagai ungkapan melalui *tweets* yang dibuat oleh Fans JKT48. Ungkapan tersebut bisa berupa kritik tentang penampilan JKT48, ungkapan pujian dan

apresiasi. Selain ungkapan, Fans JKT48 mengekspresikan dirinya dengan membuat berbagai karya yang ditujukan kepada oshinya atau member JKT48. Karya tersebut dapat berupa pamflet, *fanfiction*, meme, dan video konten.

Gambar 2. 2 Konten Video Oleh Fans JKT48



Sumber : Akun twitter @bnuratmaja. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

Dalam tweet dari pengguna @bnuratmaja pada tanggal 15 September 2022 berisi:

“that ___ girl form jkt48 @L_MarshaJKT48”.

Pada cuitan tersebut terdapat merupakan video seorang member JKT48 bernama Marsha Lenathea dengan *template* yang sempat viral di media tiktok. Video tersebut berisi beberapa cuplikan video Marsha JKT48 dari berbagai sumber seperti *live showroom*, konten JKT48 di youtube, dan lainnya yang kemudian dikreasikan oleh akun twitter @bnuratmaja menjadi satu selama 2 menit 13 detik menggunakan lagu berjudul ‘*Sunroof*’ oleh Nicky Youre dan Dazy. *Tweet* tersebut berhasil mendapatkan total 121 ribu penonton atau *viewers*, 121 komentar, 1.361 *retweet*, 307 *quote retweet* (QRT), dan 5.342 *likes*. Video yang dibuat tersebut merupakan salah satu bentuk dari bentuk Fans JKT48 berekspresi melalui twitter.

3. Twitter Sebagai Wadah Interaksi Dengan Antar Sesama Penggemar

Fandom dan *fanbase* suatu penggemar biasanya mempunyai forum tertentu yang memungkinkan dapat saling melakukan berbagi (*sharing*) secara ramai menggunakan akun *fanbase* di media sosial antar individu. Mereka yang termasuk ke dalam *fandom* menggunakan internet untuk mencapai keinginannya terkait dengan idola mereka. Menurut Aluysi (2016) twitter sendiri merupakan tempat untuk bertemu dan mengenal orang baru. Khususnya pada penggemar JKT48, para fans dapat mengenal dan bertemu orang baru melalui media sosial twitter karena adanya kesamaan ketertarikan terhadap *idol group* JKT48. Adanya pertemanan yang awalnya terjalin melalui dunia maya yang terjadi di media sosial twitter kemudian bisa berlanjut berteman di dunia nyata. Menurut Djik didalam (Priyowidodo, 2020) menjelaskan bahwa *virtual community* merupakan sekumpulan orang yang tidak memiliki keterikatan pada tempat, waktu, media, dan fisik. Komunitas virtual tercipta karena berada di dalam lingkungan digital dengan menggunakan bantuan media untuk berkomunikasi. *Virtual community* juga disebut dengan sekelompok orang yang berinteraksi menggunakan internet, room chat (ruang mengobrol), grup, email, maupun forum diskusi.

Proses sosiabilitas yang dapat terbentuk disaat pengguna twitter saling berinteraksi dan berkomunikasi, serta berbagi informasi satu sama lain melalui fitur *tweet*, *hashtag*, *reply*, *likes*, *retweet*, dan *quote retweet* kepada pengguna lainnya. Dengan adanya fitur – fitur dalam twitter yang tersedia lebih memudahkan para penggemar JKT48 agar dapat saling berkomunikasi dan dengan bebas menggunakan fitur lain yang ingin digunakan untuk berinteraksi di twitter. Kelebihan media sosial twitter yang secara *real time* digunakan Fans JKT48 sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan tingkat efektivitas yang lebih mudah dan cepat, sehingga dimanfaatkan oleh pengguna lain untuk bisa mencari informasi terkait melalui akun *fanbase* maupun fitur *hashtag* (#).

Komunikasi atau interaksi yang terjadi di dalam ruang virtual pada *cyberfandom* Fans JKT48 dapat berupa saling berbalas pesan di *direct message*, memberikan sapaan kepada sesama penggemar, saling melontarkan candaan, saling berdiskusi, serta saling berbagi informasi mengenai *update* tentang *idol*

group JKT48 menggunakan fitur *reply*. Dengan komunikasi yang terjalin diantara sesama penggemar dapat menambah relasi baru, keluarga baru, dan teman baru untuk dapat saling berbagi informasi tentang JKT48, dan bisa bersama – sama melakukan kegiatan dan mendukung member JKT48. Interaksi virtual tersebut dapat melalui individu dengan individu, serta dengan mengikuti atau bergabung dengan sebuah komunitas atau *fanbase* yang ada di twitter.

BAB III
TAGAR #JEKETISELCADAY SEBAGAI KEGIATAN VIRTUAL CYBER FANDOM
FANS JKT48 DI TWITTER

A. Jeketi Selca Day Sebagai Kegiatan Virtual di Twitter

1. Sejarah Munculnya Jeketi Selca Day

Awal mula adanya Jeketi Selca Day mulai diperkenalkan oleh salah satu akun Fans JKT48 dengan *username* @seindwich pada tanggal 23 Maret 2020. Pada *tweet* atau *uitan* @seindwich dalam *thread* nya mengatakan:

“[Mengenai #JeketiSelcaDay] Halo! Sebelumnya terima kasih banyak buat kalian yang sudah ikut meramaikan hashtag diatas. Gimana? Seru gak? Aku mau mewakili teman teman aku untuk membahas hashtag yang telah beredar hari ini.” Kemudian “1). *Apasih #JeketiSelcaDay? Mungkin banyak yg sudah tau kalau selca day ini adalah event untuk mengupload foto diri sendiri (selca) bersama idol kesukaannya. Tidak ada syarat tertentu, yang pasti upload foto + idol, dan sisanya bebas berkreasi.* 2). *Siapa aja yg boleh ikut #JeketiSelcaDay? Fans JKT48 tentunya. Siapapun dan dari kalangan manapun, welcome.* 3). *Tujuan dari #JeketiSelcaDay? Dengan hashtag ini kami berharap sesama fan JKT48 mendapatkan lebih banyak kenalan baru! Dan tentunya bisa menjadi bahan percakapan dengan oasosi di mention maupun HS.* 4). *Setiap tgl berapa #JeketiSelcaDay? Sebenarnya hari ini kita hanya ngetest untuk drop hashtag dan ternyata banyak yang ikut meramaikan. Kami mau meminta saran dari kalian semua, untuk bulan depan apakah tetap tanggal 23 atau di ganti menjadi tanggal 17? (tanggal debut jkt). Sekali lagi kami ucapkan terimakasih bagi kalian yang telah meramaikan hashtag ini! Ayo kita ramaikan lagi di bulan depan ya!”* (@seindwich, 23 Maret 2020)

Cuitan diatas merupakan *tweet* dari pengguna @seindwich ketika memperkenalkan tagar #JeketiSelcaDay hingga akhirnya sekarang semakin ramai digunakan oleh kalangan Fans JKT48.

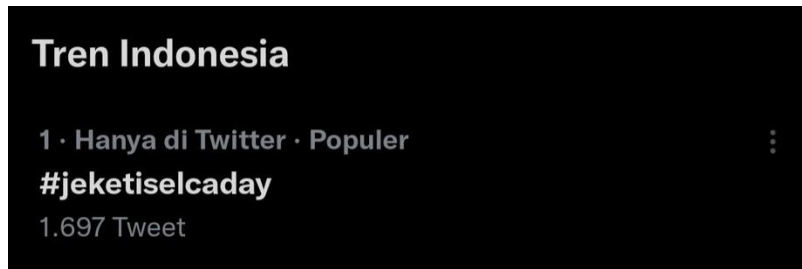
Gambar 3. 1 Tweet Awal Mula Jeketi Selca Day



Sumber : Akun twitter @seindwich. Diunduh pada tanggal 20 Desember 2022

Pada tahun 2020, saat munculnya pandemi covid-19 mengakibatkan seluruh aktivitas tatap muka antara JKT48 dengan Fans dibatasi untuk mematuhi protokol kesehatan dan kemudian digantikan dengan aktivitas virtual seperti video call berbayar, *two shot online*, serta pertunjukan teater secara *live streaming*. Akibat aktivitas virtual tersebut kemudian menyebabkan munculnya sebuah fenomena baru yang melibatkan sebuah interaksi antar Fans JKT48 dalam tagar #JeketiSelcaDay yang diadakan setiap bulan di setiap tanggal 17. Cuitan di dalam *thread* atau utas yang @seindwich buat dimaksudkan untuk mengenalkan sebuah tagar #JeketiSelcaDay agar lebih dikenal oleh Fans JKT48 dalam twitter dan dapat ikut serta meramaikannya supaya sesama fans JKT48 dapat saling mengenal melalui tagar tersebut. Tagar #JeketiSelcaDay juga seringkali menempati TTI atau Trending Topic Indonesia disaat tanggal 17 atau disaat Jeketi Selca Day berlangsung.

Gambar 3. 2 Trending Tagar #JeketiSelcaDay



Sumber : Twitter. Diunduh pada tanggal 20 Februari 2023

Dalam gambar diatas merupakan tangkapan layar (*screenshot*) saat tagar #JeketiSelcaDay mencapai *trending topic* Indonesia di twitter pada tanggal 17 September 2022 yang mencapai 1.697 tweet. *Trending topic* merupakan salah satu fitur dalam twitter yang dapat memudahkan para penggunanya dalam melihat suatu topik dalam negeri maupun topik dari luar negeri yang sedang *trend (update)* atau sedang ramai dibicarakan (Aulia and Susilo 2022). Tagar #JeketiSelcaDay dapat masuk kedalam TTI atau *Trending Topic* di Indonesia karena ramai dan banyaknya partisipan yang mengikuti event virtual tersebut pada saat tanggal 17.

2. Tagar #JeketiSelcaDay yang Diikuti Oleh Fans JKT48

Hashtag atau tagar merupakan tanda yang digunakan untuk memberikan tanda suatu kata kunci dalam suatu topik tertentu agar lebih mudah dicari. *Hashtag* atau tagar menggunakan tanda pagar (#) dan biasanya berhubungan dengan *trending topic* atau trend yang sedang ramai dibicarakan. *Hashtag* pertama kalinya dipakai oleh Chris Messina seorang web marketing specialist twitter, yang digunakan sebagai sebuah tanda bagi *tweet* yang berhubungan dengan topik tertentu. *Hashtag* juga dapat menghubungkan percakapan dari berbagai pengguna twitter lainnya menjadi sebuah satu kumpulan dalam topik di twitter. Aktivitas virtual Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay merupakan suatu event untuk para Fans JKT48 dengan mengupload atau mengunggah foto diri sendiri bersama foto idola kesukaannya (*oshi*) di JKT48 dengan kreasi serta kreatifitas sebebas - bebasnya.

Jeketi Selca Day dapat diikuti oleh siapapun, dan kalangan apapun tidak terkecuali oleh remaja, orang dewasa, pria dan wanita, serta dari berbagai profesi, terutama oleh Fans JKT48 dan hanya terjadi di dalam media sosial *twitter* setiap

tanggal 17 di setiap bulan. *Selca* yang digunakan dapat menggunakan gaya berfoto (swafoto) maupun *selfie* yang sama, tempat yang sama, properti yang sama, baju dan aksesoris yang sama dengan foto milik member JKT48. Foto yang digunakan untuk mengikuti *selca* dapat diedit semenarik, sekreatif, dan se estetik mungkin menggunakan *filter* ataupun ornament tertentu. Setelah menyiapkan foto yang akan digunakan yaitu foto member JKT48 dan foto pribadi, kemudian foto di upload ke *tweet* twitter menggunakan *caption* atau kata – kata yang kreatif tanpa mengandung unsur SARA dan ditambah dengan *hashtag* atau tagar #JeketiSelcaDay. Selain itu, di dalam *caption* juga dapat ditambah dengan *mention* member JKT48 yang bersangkutan untuk *Selca*.

Gambar 3. 3 Contoh Jeketi Selca Day



Sumber : Akun twitter @bapisxteryo. Diunduh pada tanggal 20 Desember 2022

Tweet yang diposting oleh pemilik akun dengan *username* @bapisxteryo pada tanggal 17 Mei 2021 merupakan salah satu dari banyaknya partisipan yang mengikuti Jeketi Selca Day di twitter. Dalam konten JSD nya atau Jeketi Selca Day, @bapisxteryo memakai foto asli dirinya yang disandingkan dengan foto member bernama Jesslyn Callysta JKT48 dengan *username* akun twitter @C_JesslynJKT48

dari generasi tujuh. Di dalam kontennya, @bapisxteryo menyamakan pose berfoto, serta suasana disuatu lorong milik Jesslyn. Kemudian dalam caption yang digunakan oleh @bapisxteryo bertuliskan “Kalo ga mirip, mirip miripin aja lah. Ya ga ci? @Jesslyn_JKT48 #JeketiSelcaDay”. Pada caption yang digunakan oleh partisipan Jeketi Selca Day selain menambahkan akun twitter member JKT48 juga terdapat hashtag #JeketiSelcaDay didalamnya. Selain itu, kebebasan dalam penggunaan foto dan caption di dalam event Jeketi Selca Day membuat Fans JKT48 dapat meningkatkan kreatifitasnya.

Gambar 3. 4 Jeketi Selca Day yang Diikuti Oleh Fans JKT48



Sumber : Twitter. Diakses pada tanggal 20 Desember 2022

Pada gambar diatas merupakan beberapa contoh lain dari Jeketi Selca Day yang diikuti oleh fans JKT48 di twitter setiap tanggal 17. Event tersebut yaitu dengan menyandingkan foto pribadi dengan foto idola di JKT48 dengan se kreatif mungkin. Setiap dari foto atau konten Jeketi Selca Day yang diunggah, dapat menjadi suatu tempat virtual untuk bisa berinteraksi melalui fitur *like*, komentar, serta *retweet* yang ada pada twitter.

B. Project Fans JKT48 Sebagai Bentuk Aktivitas Idoling Penggemar

1. Kultur Idoling JKT48

Komunitas penggemar JKT48 tersebar hampir ada di setiap penjuru kota yang ada di Indonesia. Dengan konsep “*idol you can meet*” atau idol yang bisa anda temui merupakan perbedaan idol grup JKT48 yang bisa ditemui melalui theater JKT48 setiap *show* nya. Fans JKT48 atau yang biasa disebut FJKT48 mempunyai caranya tersendiri untuk mendukung idolanya di JKT48. Menggunakan *lighstick* yang berwarna warni adalah suatu bentuk ciri khas dari seorang penggemar JKT48. Penggunaan *lighstick* biasa dipakai untuk melakukan *wotagei* dan *fanchant*. *Wotagei* dalam Bahasa Jepang memiliki arti tarian yang menggunakan sebuah cahaya. *Wotagei* berasal dari budaya Jepang yang dilakukan untuk mendukung sebuah idola ataupun di dalam sebuah konser. Selain digunakan untuk *wotagei*, *lighstick* juga digunakan untuk melakukan *fanchant* kepada member JKT48 yang sedang tampil diatas panggung. Salah satu bunyi *fanchant* yang cukup populer bagi non-fans yaitu “*Aaa Yosha Ikuzo! Taiga! Faiya! Saiba! Faiba! Daiba! Baiba! Jya, Jya!*” yang diteriakkan dengan semangat dan meriah sebagai salah bentuk untuk menyemangati idolanya.

Kemudian bentuk idoling lainnya yang biasa dilakukan oleh Fans JKT48 adalah membeli dan mengoleksi *merchandise* dari *official* JKT48. *Merchandise* tersebut biasanya berupa kaos, jersey, poster, *photobook*, album, DVD, kalender, *photopack*, *photocard*, dan lainnya yang dapat dibeli melalui *e-commerce* ataupun didalam web *official* JKT48. Para penggemar JKT48 rela mengeluarkan biaya lebih bahkan hingga ratusan ribu sebagai bentuk fanatisme dan untuk melengkapi koleksinya. Selain membeli *merchandise*, penggemar juga dapat memberi hadiah (*gift*) untuk member JKT48 yang diberikan melalui perantara *staff* JKT48 di theater. Kebiasaan memberi hadiah kepada member JKT48 adalah bentuk penggemar mengungkapkan rasa kagum, menunjukkan bentuk dukungan serta agar dapat dikenal atau diingat oleh member JKT48. Beberapa fans yang mengirim sebuah *fan-gift* biasanya dicantumkan dengan nama pribadi atau atas nama sebuah *fanbase*.

Selain kegiatan yang dilakukan antara fans dengan JKT48 terdapat juga sebuah kegiatan antar penggemar atau biasa disebut *gathering*. *Gathering* berasal dari Bahasa

Inggris ‘gather’ yang memiliki berkumpul, jadi arti *gathering* adalah kegiatan yang berasal dari komunitas yang mempunyai tujuan untuk mengakrabkan diri dengan antar anggota (Setiawan, 2017) dan saling membahas kegiatan untuk mendukung idolnya di JKT48. Gathering sendiri biasanya diadakan secara langsung atau tatap muka, serta saling membahas tentang project yang mungkin akan dilakukan selanjutnya untuk keberlangsungan *idoling* mereka terhadap JKT48. Komunitas penggemar terdapat banyak macamnya tergantung dengan faktornya, yaitu:

Tabel 3. 1 Tabel Klasifikasi Fanbase JKT48

FANBASE	DESKRIPSI
Fanbase Member JKT48	Setiap anggota atau member JKT48 mempunyai masing – masing fans yang tergabung di dalam sebuah fandom. Contoh : Freyanation, merupakan fanbase dari member Freya Jayawardhana JKT48.
Fanbase Regional	Fandom JKT48 regional adalah fandom yang dikategorikan menurut kota atau provinsi. Contoh : JFI merupakan fanbase Fans JKT48 yang berdomisili di Indramayu
Fanbase Per Generasi	Fanbase per generasi merupakan sekumpulan fans yang memberi support kepada member JKT48 di setiap generasi. Contoh : JKT48 7 th Generation Alliance, merupakan fanbase dari generasi 7 JKT48

Sumber : Artikel berjudul “*Social Construction Cultural Industry Marketing of JKT48 Fan Group*” halaman 260

Fanbase pada suatu penggemar sangat beragam dengan tujuan berbeda. Setiap fanbase mempunyai nama khusus yang dibuat sesuai dengan poin yang ingin ditonjolkan seperti nama regional ataupun nama member JKT48. Klasifikasi *fanbase*

didalam fandom Fans JKT48 dibagi menjadi tiga macam yaitu *fanbase* member JKT48, *fanbase* regional, dan *fanbase* per generasi.

- a) *Fanbase* Member JKT48, adalah *fanbase* yang mendukung masing - masing anggota atau member JKT48. Pembentukan *fanbase* dari masing – masing member JKT48 biasanya dimulai sejak awal diumumkannya seseorang menjadi member JKT48. Pembentukan nama *fanbase* tersebut dapat disertai dengan nama member maupun sesuai dengan kesepakatan antar anggota *fanbase* yang tergabung.
- b) *Fanbase* Regional, adalah *fanbase* yang dikategorikan menurut kota atau provinsi. *Fanbase* regional biasanya terbentuk karena memiliki kesamaan dalam hobi dan kesukaan di dalam satu kota tertentu.
- c) *Fanbase* per Generasi, adalah *Fanbase* per generasi merupakan sekumpulan fans yang memberi *support* kepada member JKT48 di setiap generasi. JKT48 hingga sampai saat ini sudah mempunyai 11 generasi.

Tabel 3. 2 Tabel Fanbase Member JKT48 di Twitter

Nama Member	Username Fanbase	Jumlah Followers
Adzana Shaliha	@Ashelyticofc	11.400
Angelina Christy	@Chrystizer	13.200
Azizi Asadel	@ZeeMotionID	18.900
Cornelia Vanisa	@onielity_ofc	6.634
Febriola Sinambela	@Olla_TheMiracle	3.323
Feni Fitriyanti	@Fenidelity_INA	6.367
Fiony Alveria Tantri	@Symfiony	8.351
Flora Shafiq	@FloRisenID	8.050
Fransisca Saraswati	@SiscanationID	7.849
Freya Jayawardana	@FreyanationID	11.500
Gita Sekar Andarini	@gitroops	7.533
Helisma Putri	@Helismiley_OFC	4.141
Indah Cahya	@InterindahFC	6.065
Jessica Chandra	@JessinationID	10.100
Jesslyn Callista	@Jesster_OFC	6.121
Jinan Safa Safira	@Jinanika	8.342
Kathrina Irene	@KATH_inc	6.036

Lulu Salsabila	@LunarianID	4.509
Marsha Lenathea	@marshaoshi_	10.700
Mutiara Azzahra	@MuffinOfficial_	5.405
Reva Fidela	@Adellion_	12.300
Shani Indira Natio	@InshanityID	20.000
Shania Gracia	@GraciasFans_INA	16.800
Yessica Tamara	@NAVY_INA	12.200
Alya Amanda	@Alamanda_INA	788
Amanda Sukma	@mandaffection	3.073
Anindya Ramadhani	@aninimous_ina	885
Aurellia	@Liamelior	3.231
Callista Alifia	@callistaverss	4.500
Cathleen Nixie	@Cathleenexus	954
Celine Thefani	@CellineyoursOfc	674
Chelsea Davina	@ChelsealandOFC	741
Chintya Yaputera	@Chyntiaction	1.347
Dena Natalia	@DenalizeID	944
Desy Natalia	@Daisynateur_id	931
Gabriela Abigail	@EllatheriaOfc	6.326
Gendis Mayraninisa	@Gendiscious_OFC	718
Grace Octaviani	@Gracyluv_ID	2.008
Greesella Adhalia	@Degrees_OFC	2.262
Indira Seruni	@Indiraise_ID	5.156
Jeane Victoria	@JeanityID	1.259
Jesslyn Elly	@LynearID	3.344
Michelle Alexandra	@Michiban_	2.146
Raisha Syifa	@RaishanriseOfc	3.548

Sumber: Twitter. Diolah oleh peneliti, Februari 2023

Tabel diatas merupakan tabel yang berisi daftar nama *fanbase* member JKT48 serta akun twitter resmi nya. Pada akun sebuah *fanbase* dikelola oleh seorang fans yang fungsinya sebagai akun untuk mendukung serta pengadaan berbagai project untuk seorang member JKT48.

2. Virtual Project Fans JKT48 di Twitter

Berbagai macam kegiatan atau aktivitas yang dilakukan para penggemar, selain melalui kegiatan *idoling* secara langsung juga bisa melalui ruang virtual di media sosial. Aktivitas Fans JKT48 dapat dilihat melalui dunia maya terutama twitter. Fans JKT48 bisa secara terang – terangan mengungkapkan rasa cinta kepada idolanya

dengan menggunakan fitur *mention* di dalam twitter dan ditujukan secara langsung pada *username* akun twitter member JKT48 favorit mereka. Fans JKT48 juga dikenal dengan sikap loyal mereka kepada idolanya, dengan tidak segan mengeluarkan uang yang jumlahnya banyak untuk tetap mendukung idolanya di JKT48. Media sosial juga adalah suatu wadah yang dapat dipakai untuk saling bersosialisasi dan bertukar informasi dengan sesama penggemarnya. Menurut (Bennett, 2014) berpendapat bahwa sebuah fandom menunjukkan usaha aktif mereka agar dapat menggapai tujuan tertentu (Rofifah, dkk, 2020). Dalam hal ini melalui virtual *fan project*, terdapat berbagai macam dengan tujuan tertentu yaitu untuk meningkatkan eksistensi dan mendukung idolanya. Virtual fan project di twitter ada beberapa macam, antara lain:

1) *Birthday Project (Seitansai)*

Birthday project dalam *culture* idoling idol group JKT48 biasa juga disebut *seitansai*. Istilah *seitansai* dalam Bahasa Jepang memiliki arti perayaan ulang tahun. *Seitansai* member JKT48 yang sedang berulang tahun diadakan oleh manajemen bersama dengan member JKT48 lainnya secara langsung di dalam theater JKT48. Sedangkan *project seitansai* adalah kegiatan yang dibuat oleh sebuah *fanbase* untuk merayakan hari ulang tahun seorang member JKT48. Project *seitansai* yang diadakan oleh *fanbase* dibedakan dalam dua agenda, pertama project secara langsung di dalam theater JKT48, kedua project virtual yang diramaikan melalui twitter. Project *seitansai* bisa berupa pembuatan video ucapan, avatar project, menaikkan hashtag atau tagar, memberikan *gift* (hadiah) kepada member JKT48 yang sedang berulang tahun, dan lainnya sesuai dengan kreatifitas masing masing *fanbase*.

Gambar 3. 5 Birthday Project Fanbase



Sumber : Akun twitter @marshaoshi_. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

Melalui akun fanbase dengan username @marshaoshi_ menyampaikan beberapa *project* ulang tahun dari member JKT48 generasi 8 bernama Marsha Lenathea melalui cuitan dalam bentuk *thread* atau utas saat tanggal 8 Januari 2023.

“Masa muda. Momen singkat, tetapi menyenangkan yang akan kamu kenang seumur hidup. Kami mempersembahkan ini kepada dara yang menghabiskan masa mudanya sedikit beda dari teman sebayanya.

Marsha Oshi Presents

Marsha Lenathea's 17 th Birthday Project

@L_MarshaJKT48 #MarshaAdolescentia”. (@marshaoshi_, 8 Januari 2023)

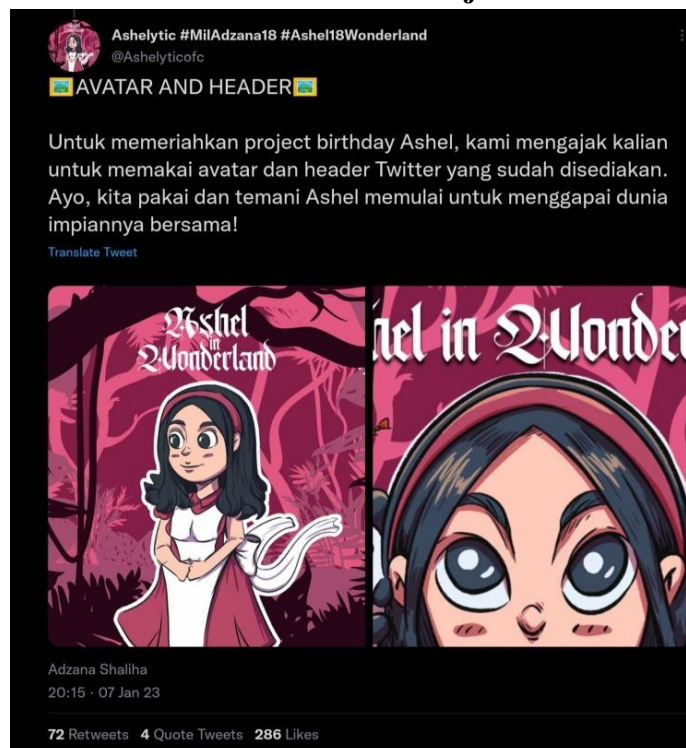
Dalam tweet utas pertamanya, *fanbase* tersebut membukanya dengan sebuah prolog sebelum mengumumkan beberapa *birthday project* yang akan dilaksanakan. *Thread* atau utas yang dibuat pada tanggal 8 Januari 2023 tersebut berisi birthday project online dengan tujuan agar Fans JKT48 di twitter dapat turut serta meramaikan dan memeriahkan hari ulang tahun Marsha JKT48 melalui *project fanbase* di media soial twitter. Gambar yang tertera didalam *tweet* tersebut merupakan foto member JKT48 bernama Marsha yang dibuat menjadi sebuah *fanart*. Adapun penjelasan makna penggunaan hashtag #MarshaAdolescentia dalam *birthday project* ini. Dijelaskan pada tweet

selanjutnya didalam utas akun @marshaoshi_, *Adolescentia* berasal dari bahasa latin yang memiliki makna proses dari remaja menuju pendewasaan. Kata tersebut dipilih oleh *fanbase* dalam project ulang tahun Marsha Lenathea ke 17 tahun bermakna bagaimana Marsha berproses dalam menjalani masa mudanya sebagai member JKT48. Dalam *birthday project* online yang dibuat oleh fanbase berupa penggunaan avatar dan header pada tanggal 9 Januari, penayangan video dalam videotron, *giveaway*, serta pembuatan visual novel dan original *soundtrack* dari marsha oshi yang berjudul 'Kamu, Selamanya'.

2) Avatar Project

Avatar project adalah sebuah kegiatan virtual untuk memakai foto profil yang sama di akun twitter pribadi secara kompak dan bersamaan dalam waktu tertentu atau waktu yang telah ditentukan. Avatar project hanya dilakukan secara virtual melalui media sosial twitter yang digunakan untuk memberikan semangat kepada member JKT48 dan untuk memeriahkan sebuah event tertentu. Misalnya event perilisan *single* baru, *seitansai* atau hari ulang tahun member, *anniversary*, konser, special 100 & 200 show, serta *shonichi* dan *senshuuraku setlist*.

Gambar 3. 6 Avatar Project



Sumber : Akun twitter @ashelyticofc. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

Dalam cuitan yang ditulis dalam akun twitter @ashelyticofc berisi:

“AVATAR AND HEADER

Untuk memeriahkan project birthday Ashel, kami mengajak kalian untuk memakai avatar dan header Twitter yang sudah disediakan. Ayo, kita pakai dan temani Ashel memulai untuk menggapai dunia impiannya bersama!”. (@ashelyticofc, 7 Januari 2023)

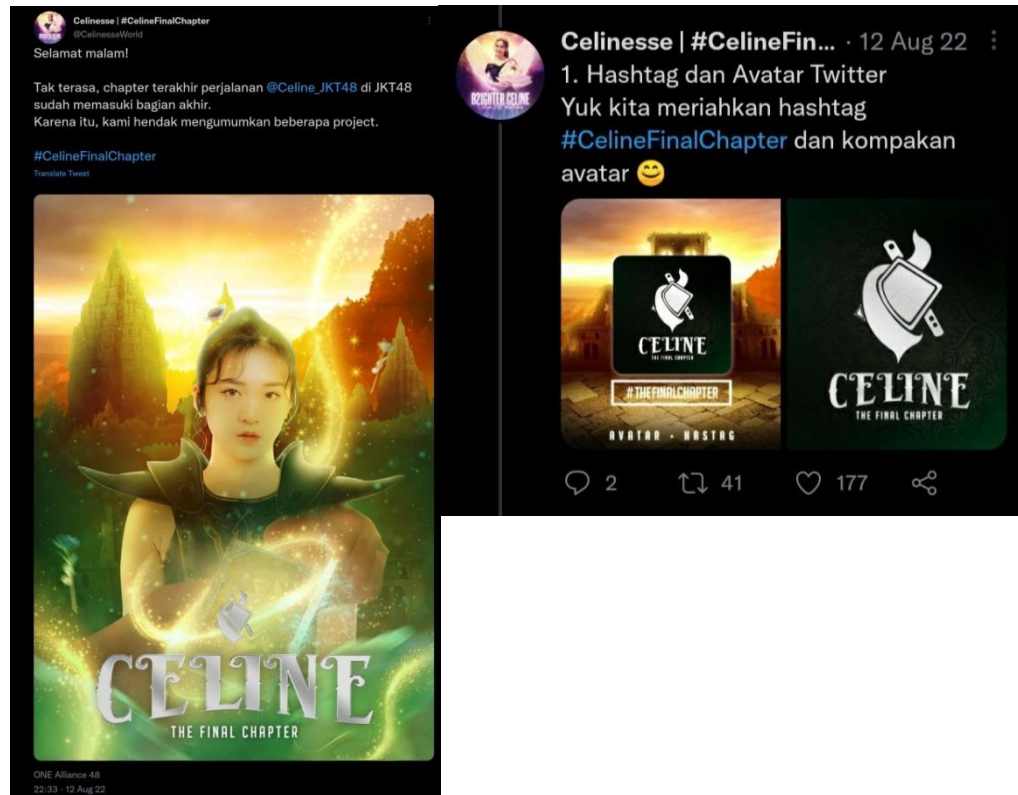
Tweet yang ditulis pada tanggal 7 Januari 2023 dalam utas salah satu rangkaian *birthday project* yang dibuat, mempunyai maksud untuk memberitahukan dan mengajak umum serta pengikut akun @ashelyticofc dalam *project* yang akan dilaksanakan untuk memeriahkan ulang tahun member JKT48 bernama Adzana Shaliha atau akrab dipanggil Ashel di media sosial twitter. Avatar atau foto profil di twitter digunakan secara bersamaan untuk memberi selamat, menunjukkan kekompakan dan dukungan disaat ulang tahun Ashel. Gambar didalam *tweet* akun *fanbase* Ashelytic merupakan foto member JKT48 Ashel yang dibuat menjadi sebuah *fanart*. Avatar yang dibuat oleh anggota *fanbase* dibuat dengan sekreatif mungkin dan biasanya menggunakan sebuah suatu filosofi tertentu didalam ornamen *fanart avatar* tersebut. Dalam avatar yang dibuat oleh @ashelyticofc yang berada dalam *tweet* tersebut mempunyai tema wonderland, yaitu sebuah dunia yang dipenuhi hal yang disukai oleh Ashel JKT48 dengan harapan suatu hari dia akan mendapatkan semua impian dan kebahagiaan.

3) *Graduation Project*

Graduation dalam bahasa inggris memiliki arti kelulusan. Dalam *idol group* JKT48 mempunyai sistem *graduate* atau lulus pada anggota atau member dalam grup. Sistem *graduate* dalam JKT48 merupakan keputusan yang dibuat oleh member itu sendiri dengan beberapa alasan seperti ingin melanjutkan pendidikan, ingin fokus pada karir selanjutnya, ingin menggapai mimpi dan cita-cita, menjadi soloist, dan lainnya. Lulusnya seorang member JKT48 biasanya diiringi dengan diadakannya upacara kelulusan di Theater JKT48 yang juga diikuti oleh member JKT48 lainnya disertai project di dalam theater maupun project virtual yang ada di twitter oleh *fanbase*. *Graduation project* yang dibuat oleh fanbase bisa bermacam – macam bentuknya, Sedangkan project virtual yang

ada seperti menaikkan sebuah hashtag atau tagar, membuat video ucapan, serta membuat pamflet dan avatar.

Gambar 3. 7 Graduation Project



Sumber : Akun twitter @celinesseworld. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

“Selamat malam! Tak terasa, chapter terakhir perjalanan @CelineJKT48 di JKT48 sudah memasuki bagian akhir. Karena itu kami hendak mengumumkan beberapa project” (@celinesseworld, 12 Agustus 2022)

Dalam tweet atas pertamanya, *fanbase* dari ex-member JKT48 Celine membuka sebuah prolog sebelum mengumumkan beberapa *graduation project* yang akan dilaksanakan. *Thread* atau utas yang dibuat pada tanggal 12 Agustus 2022 tersebut berisi *graduation project* online dan *project* offline dengan tujuan agar Fans JKT48 di twitter dapat turut serta meramaikan dan memeriahkan hari kelulusan Celine melalui *project fanbase* di media sosial twitter. Gambar yang tertera didalam *tweet* tersebut merupakan fanart dari Celine yang dibuat untuk hari kelulusannya dari *fanbase*. Dalam *project* online akun pengguna @CelinessseWorld mengumumkan

project berupa penggunaan avatar dan hashtag #CelineFinalChapter di twitter, sedangkan untuk project yang dilakukan secara offline berupa pembagian lampu lilin elektrik *show*, lampu bunga, dan *freebies*. Selain itu didalam utasnya, dijelaskan bahwa terdapat *flower board*, *art gallery*, *sticky notes board*, *photoboth*, *encore* dan *cupsleeve event* yang dibuat oleh *Fanbase* Celine untuk memeriahkan last show nya sebagai member JKT48.

4) *Special 100 & 200 Show Project*

Selain bekerja di *on air show*, seorang member JKT48 melakukan aksi panggung atau *show* di theater JKT48 dalam waktu atau jadwal tertentu. *Special 100* dan *200 show project* merupakan sebuah kegiatan yang diadakan oleh *fanbase* dimana apabila seorang member JKT48 sudah melakukan show dalam jumlah tertentu, yaitu 100, 200, 400, dst. Setiap jumlah tersebut, fanbase melakukan sebuah project dalam skala kecil untuk memeriahkan serta memberikan semangat kepada member tersebut. *Project 100 & 200 show* diadakan di dua tempat, yaitu pertama di theater JKT48 dengan membagikan sebuah *merchandise* kepada pengunjung theater yang saat itu hadir dan *gift* (hadiah) yang khusus untuk diberikan kepada member tersebut. Kemudian kedua yaitu project virtual di dalam twitter dengan menaikkan sebuah *hashtag* atau tagar tertentu, mengadakan *giveaway*, penyebaran pamflet, pembuatan video, gambar lukisan, dan lainnya sesuai kreatifitas yang diadakan oleh *fanbase*.

Gambar 3. 8 200 Show Project



Sumber : Akun twitter @freyanationID. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

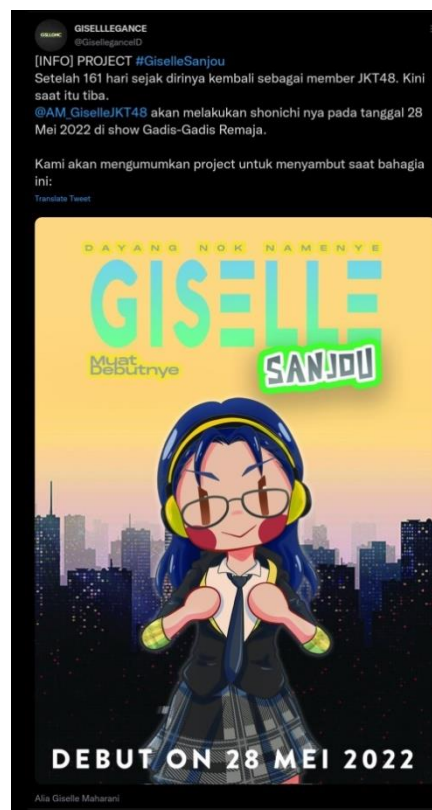
Tweet yang ditulis pada tanggal 3 Juni 2022 dalam utas salah satu rangkaian *200 Show project* yang dibuat, mempunyai maksud untuk memberitahukan, memberi selamat dan semangat kepada Freya JKT48, dan mengajak umum serta pengikut akun @freyanationID dalam *project* yang akan dilaksanakan untuk memeriahkan *200 show* member JKT48 Freya. Dalam avatar yang dibuat dalam *tweet* tersebut merupakan fanart member JKT48 bernama Freya dengan tema Sailor Moon Saturn. Karakter tersebut dipilih oleh *fanbase* karena mempunyai banyak kesamaan dengan Freya mulai dari memiliki kepribadian yang pendiam dan *sarcastic* tetapi sangat berani. Dalam Freya *200 show project* yang dibuat oleh *fanbase* @freyanationID terdapat *project online* berupa mencuitkan tagar #200StarsofFreya di twitter dan pembagian *freebies* di dalam theater JKT48.

5) *Shonichi Project*

Istilah *shonichi* berasal dari Bahasa Jepang yang mempunyai arti hari pertama. *Shonichi* yang dimaksud dalam istilah idoling JKT48 adalah perayaan hari pertama sebuah *setlist* JKT48 dibawakan di theater. JKT48 sendiri dalam 10 tahun ini sudah memiliki total 12 *setlist* yang pernah dibawakan, yaitu: *Renai*

Kinshi Jourei (Aturan Anti Cinta), *Dareka no Tame ni* (Demi Seseorang), *Boku no Taiyou* (Matahari Milikku), *Seishun Girls* (Gadis-gadis Remaja), *Theater no Megami* (Dewi Theater), *Saishuu Bell ga Naru* (Bel Terakhir Berbunyi), *Te wo Tsunaginagara* (Sambil Menggandeng Erat Tanganku), *Tadaima Renai Chuu* (Sekarang Sedang Jatuh Cinta), *Idol no Yoake* (Fajar Sang Idola), *Saka Agari* (Back Hip Circle), *Seifuku no Me* (Tunas di Balik Seragam), dan *Ramune no Nomikata* (Cara Meminum Ramune). Shonichi project yang dibuat didalam twitter berupa menaikkan tagar, dan membuat ucapan.

Gambar 3. 9 Sonichi Project



Sumber : Akun twitter @giselleganceID. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

“[INFO] PROJECT #GiselleSanjou Setelah 161 hari sejak dirinya kembali sebagai member JKT48. Kini saat itu tiba @AM_GiselleJKT48 akan melakukan shonichi nya pada tanggal 28 Mei 2022 di show Gadis-Gadis Remaja. Kami akan mengumumkan project untuk menyambut saat bahagia ini”. (giselleganceID, 27 Mei 2022)

Tweet yang ditulis pada tanggal 27 Mei 2022 tersebut menyebutkan project yang akan dilakukan dalam sebuah utas (thread) yang berisi project online dan project offline. Pada *project* online terdapat *hashtag* khusus yang sudah disiapkan yaitu #GiselleSanjou dan juga pemakaian avatar di twitter. Sedangkan *project* secara offline berupa dipajangnya poster di theater JKT48, pembagian *freebies* stiker, dan *encore*. *Shonichi project* dari @giselleganceID mempunyai maksud untuk memberitahukan dan mengajak umum serta pengikut akunya dalam *project* yang akan dilaksanakan untuk memeriahkan dan menyambut *shonichi* member JKT48 bernama Giselle dari gen 10 di media sosial twitter. Poster yang ada dalam tweet tersebut merupakan fanart dari Giselle dengan tulisan ‘Debut on 28 Mei 2022’ yang artinya Giselle akan melakukan *shonichi show* nya di theater JKT48 pada tanggal 28 Mei 2022 dalam *setlist* Gadis-Gadis Remaja.

6) *Last Show Project (Sensuuraku)*

Selain terdapat istilah *shonichi* atau hari pertama, terdapat istilah *sensuuraku* yang di dalam Bahasa Jepang memiliki arti hari terakhir. *Sensuuraku* berkebalikan dengan *shonichi*, yaitu hari terakhir dimana sebuah *show setlist* JKT48 telah berakhir. *Sensuuraku project* hampir sama dengan *shonichi project* yaitu seperti berupa pembuatan pamflet, serta menaikkan tagar dengan ucapan.

Gambar 3. 10 Senshuuraku Project



Sumber : Akun twitter @inshanityID. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

Tweet yang ditulis pada tanggal 22 Desember 2022 tersebut menyebutkan project yang akan dilakukan dalam sebuah utas (*thread*) yang berisi project online dan project offline. Pada project online terdapat hashtag khusus yang sudah disiapkan yaitu #FestivalTerakhirGadisRemaja dan juga pemakaian avatar di twitter. Isi tweet pada utas pertama berisi:

“Project Sosial Media

Yuk, sama-sama menggunakan avatar dan header ini untuk memeriahkan Senshuuraku Seishun Girl malam ini. Jangan lupa cantumkan hashtag #FestivalTerakhirGadisRemaja disetiap tweet kalian ya!”

Sedangkan project secara offline berupa pembagian uchiwa pada bangku penonton yang hadir didalam theater JKT48 untuk digunakan saat sesi foto bersama.

“Project di dalam Theater

Bagi kalian yg menonton langsung, disetiap bangku penonton telah disediakan uchiwa special Senshuuraku Seishun Girl.

Mohon bantuannya utk mengangkat uchiwa ini saat lagu 'Kembang Api Milikku' dan saat foto bersama ya.. #FestivalTerakhirGadisRemaja".

Senshuuraku project dari @inshanityID mempunyai maksud untuk memberitahukan dan mengajak umum serta pengikut akunnya dalam *project* yang akan dilaksanakan untuk memeriahkan show setlist terakhir dari *Seishun Girls* di media sosial twitter. Poster yang ada dalam tweet tersebut merupakan *fanart* yang dibuat dan disiapkan untuk digunakan dalam *project* penggunaan avatar secara serempak oleh Fans JKT48.

7) *Sousenkyo Project*

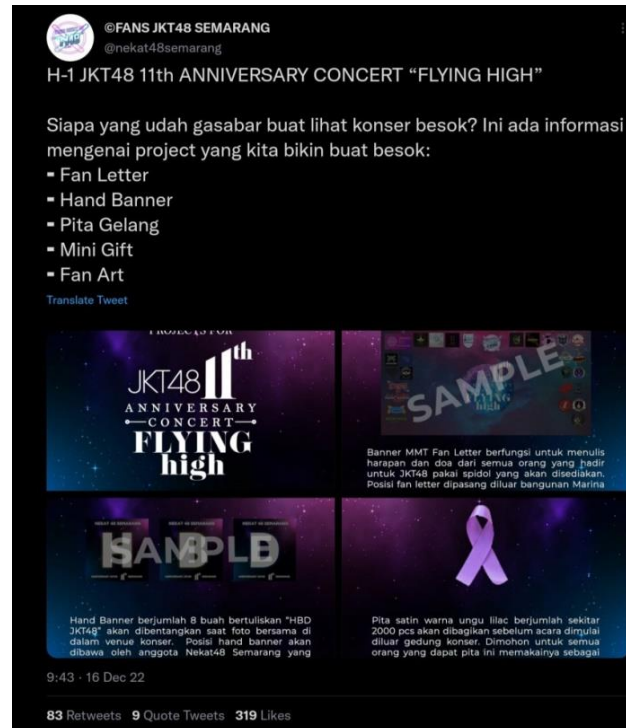
Sousenkyo berasal dari Bahasa Jepang yang artinya pemilihan umum. Dalam idol group JKT48 terdapat sistem pemilihan yang digunakan untuk memilih member JKT48 untuk mewakili grup dalam suatu *single* barunya. Pemilihan umum ini dipilih langsung oleh Fans JKT48 menggunakan sistem voting. 16 member dengan jumlah suara terbanyak akan menjadi sorotan lebih dan dapat meningkatkan popularitas dibanding member yang tidak terpilih, maka dari itu *sousenkyo* menjadi ajang bagi Fans JKT48 terutama sebuah *fanbase* untuk mendukung *oshi* atau idola favoritnya. Terdapat berbagai macam cara Fans JKT48 untuk mendukung *oshinya* agar terpilih, termasuk melakukan project virtual di twitter, seperti mengadakan *giveaway* bersyarat, mempromosikan pamflet, dan menaikkan hashtag atau tagar. Akan tetapi sejak adanya pandemi covid-19, ajang *sousenkyo* atau pemilihan member ini sudah tidak pernah dilaksanakan lagi.

8) *Anniversary Project*

Anniversary dalam bahasa inggris memiliki arti sebagai perayaan tahunan. Dalam idol group JKT48 biasa diadakan perayaan tahunan ulang tahun JKT48 setiap tahunnya setiap tanggal 17 Desember. Perayaan tersebut diselenggarakan oleh manajemen JKT48 dengan berbagai rangkaian acara di theater maupun diadakannya konser di Jakarta maupun konser di berbagai kota di Indonesia. Para penggemar juga seringkali membuat *project* secara langsung maupun virtual di

media sosial. Dalam project secara langsung biasa diadakan dengan pembagian *merchandise* dan *freebies* dari fans JKT maupun yang dibagikan dari fanbase. Sedangkan project virtual yang diadakan biasanya dari sebuah fanbase dengan menaikkan *hashtag* atau tagar, pembuatan pamflet, pembuatan konten video yang berisi ucapan, dan juga *fanart*.

Gambar 3. 11 Anniversary Project



Sumber : Akun twitter @nekat48semarang. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2023

Dalam cuitan yang ditulis dalam akun twitter @nekat48semarang berisi:

*“H-1 JKT48 11 th ANNIVERSARY CONCERT FLYING HIGH
Siapa yang udah gasabar buat lihat konser besok? Ini ada
informasi mengenai project yang kita bikin buat besok:
Fan Letter, Hand Banner, Pita Gelang, Mini Gift, Fan Art”.*

Cuitan yang ditulis pada tanggal 16 Desember 2022 mempunyai maksud untuk memberitahukan kepada umum *project* yang akan dilaksanakan disaat konser *anniversary* JKT48 ke 11 tahun di Semarang. *Project* banner mmt *fan letter* mempunyai fungsi untuk menuliskan harapan dan doa dari semua yang hadir pada konser JKT48 menggunakan spidol. *Project hand banner* dibentangkan disaat foto

bersama di dalam *venue* konser. *Project* pita gelang yang berwarna ungu lilac berjumlah 2000 buah dibagikan kepada pengunjung konser saat sebelum acara dimulai. Kemudian *project mini gift* berisikan *photocard* dari Nekat48 Semarang sebagai kenang-kenangan kepada penonton konser. Dan *project fanart* berukuran 10R diletakkan didalam figura sebagai hadiah ulang tahun JKT48 ke 11 tahun.

BAB IV

MOTIVASI FANS JKT48 DALAM MENGIKUTI JEKETI SELCA DAY DI TWITTER

Social action adalah suatu tindakan oleh seorang individu selama suatu tindakan mempunyai makna ataupun arti secara subyektif bagi dirinya maupun bagi orang lain. Dalam hal ini, setiap bentuk tindakan yang dilakukan oleh Fans JKT48 yang ada di media sosial twitter dapat dikatakan sebuah tindakan sosial, salah satunya yaitu pengalaman dari individu itu sendiri. Penulisan skripsi ini menggunakan konsep teori tindakan sosial oleh Max Weber yang mendasarkan pada pemahaman interpretif atau *Verstehen*.

Dalam buku yang berjudul “*Max Weber: The Theory of Social and Economic Organization*” terdapat empat klasifikasi tindakan sosial oleh Max Weber. Yang **pertama** adalah *Zwerk Rational* atau tindakan rasional instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan dengan usaha oleh pelaku dengan tindakan dan pertimbangan atau pemikiran yang rasional, logis (masuk akal) sehingga mencapai suatu tujuan yang diharapkan (Nisrima, Siti, et.al 2016). **Kedua** adalah *Werk Rational* atau tindakan rasional nilai, adalah tindakan yang didasari oleh nilai–nilai dan pemikiran logis (rasional) untuk tujuan, manfaat serta alasan tertentu sesuai dengan nilai yang hendak dicapai oleh pelaku (Vivin Devi P, 2021). **Ketiga** yaitu *affectual action* atau tindakan afektif, yaitu tindakan yang dilakukan karena adanya dorongan emosional atau dikuasai oleh perasaan serta dilakukan tanpa pemikiran rasional. Dalam tindakan ini terjadi karena adanya perasaan yang menggebu-gebu seperti marah, sedih, takut, senang, cinta dan termasuk dalam tindakan afektif. **Keempat** adalah *traditional action* atau tindakan tradisional, yakni tindakan yang dilakukan dan sudah biasa secara turun temurun. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan dengan informan, hanya terdapat tiga macam tindakan yang ada yaitu tindakan rasional instrumental, tindakan rasional nilai, dan tindakan afektif.

A. Tindakan Fans JKT48 yang Berasal Dari Pemikiran Logis

Tindakan Rasional Instrumental yaitu tindakan yang dilakukan dengan usaha oleh pelaku dengan tindakan dan pertimbangan atau pemikiran yang rasional, logis serta masuk akal, sehingga mencapai suatu tujuan yang diharapkan (Nisrima, 2016). Dalam tindakan rasional instrumental memiliki sifat yang mutlak pada seseorang agar dapat memilih tujuan yang selanjutnya. Dalam konteks Jeketi Selca Day, tindakan rasional

instrumental berdasarkan atas keinginan mereka sendiri. Dari hasil penelitian serta wawancara, tindakan rasional instrumental yang dilakukan oleh Fans JKT48 dalam memotivasi mereka untuk turut berpartisipasi pada Jeketi Selca Day adalah karena adanya keinginan untuk dikenal oleh fans JKT48, ingin mendapatkan relasi baru, adanya keinginan untuk meningkatkan eksistensi fans JKT48 kepada masyarakat umum, ingin menaikkan serta meramaikan hashtag #JeketiSelcaDay, dan menambah *followers* atau pengikut pada akun twitter pribadi.

1. Keinginan Untuk Dikenal Oleh Fans JKT48

Menurut W.H Thomas, manusia mempunyai rasa ketergantungan (*sense of dependent*) di dalam teorinya yang bernama teori *Four Wishes* dan menjelaskan bahwa manusia yang dilahirkan ke dunia mempunyai empat keinginan yaitu keinginan untuk mendapatkan tanggapan (*response*), keinginan mempunyai pengalaman baru (*experience*), keinginan untuk mendapat perlindungan (*security*), dan keinginan untuk dikenal (*recognition*) (Kurniawan 2010). Adanya keinginan untuk dikenal sesuai dengan tujuan seorang informan bernama Justitia Tata Kartika dengan nama pengguna (*username*) twitter @flutterrogers dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023 yang menyatakan bahwa ia memiliki keinginan untuk bisa dikenal oleh beberapa *wota* atau fans JKT48 yang mempunyai nama besar di dalam sebuah fandom JKT48 dengan cara mengikuti Jeketi Selca Day.

Fans JKT48 yang memiliki nama besar yang dimaksud yaitu Fans yang ada pada posisi sudah dihafal oleh Member JKT48 terutama oleh idolanya atau *oshi* nya di JKT48 karena kontribusinya, mempunyai banyak pengikut serta besarnya *engagement* yang dimiliki di akun media sosialnya karena *impression* yang baik dari berbagai kalangan, banyak dikenal oleh sebagian besar Fans JKT48, bersikap royal karena rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli *official merchandise* JKT48, serta memiliki loyalitas yang cukup tinggi terhadap *Idol Group* JKT48 hingga mempunyai *privilege* untuk disegani oleh Fans JKT48 baik secara langsung maupun disaat berada di media sosial. Loyalitas tersebut ditandai dengan seorang Fans JKT48 yang selalu memberi *gift* atau hadiah kepada member JKT48, selalu menghadiri *video call* berbayar untuk bisa mengobrol dengan idolanya, dan aktif di dalam sebuah *fanbase* untuk mendukung idolanya. Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan

melalui *direct message* twitter, informan Tata menyampaikan bahwa ingin dikenal oleh fans JKT48.

Gambar 4. 1 Tindakan Rasional Instrumental Tata



“Dulu sempat ada sih, soalnya beberapa kali JSD-ku itu rame. Seneng bisa dikenal beberapa wota yang punya nama besar di fandom” (Tata, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara dengan Tata diatas, terdapat tindakan rasional instrumental yang ada yaitu mempunyai keinginan untuk bisa dikenal oleh Fans JKT48 yang mempunyai kedudukan di dalam Fandom JKT48. Tindakan oleh Tata, dilakukan dengan usaha serta pertimbangan atau pemikiran yang rasional, logis serta masuk akal, untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan yaitu untuk mendapat eksistensi di kalangan Fandom JKT48 di twitter dengan cara mengikuti Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay. Tata merasa senang karena beberapa konten Jeketi Selca day yang ia buat itu ramai, dalam artian banyak yang memberikan *likes*, *retweets*, dan komentar pada kontennya. Dan hal tersebut membuat Tata menjadi ingin lebih populer agar dikenal oleh kalangan Fans JKT48 terutama Fans yang mempunyai nama besar di dalam Fandom JKT48.

2. Relasi Baru

Carrie (2009) menyatakan bahwa relasi adalah suatu hubungan antar individu dimana relasi tersebut dapat menentukan sebuah struktur di dalam masyarakat. Relasi juga didefinisikan sebagai komposisi sebuah interaksi yang terjadi diantara individu

dengan peranan sosial (Nadia, 2019.). Dalam kehidupan bermasyarakat, relasi yang ada sangat luas dan meliputi dari berbagai aspek. Dalam konteks Jeketi Selca Day, terdapat sebuah relasi seperti yang disampaikan oleh David Juniarto dengan nama pengguna twitter (*username*) @dapidddddddddd dalam wawancara melalui *direct message* (dm) twitter pada 8 Februari 2023.

Gambar 4. 2 Tindakan Rasional Instrumental David



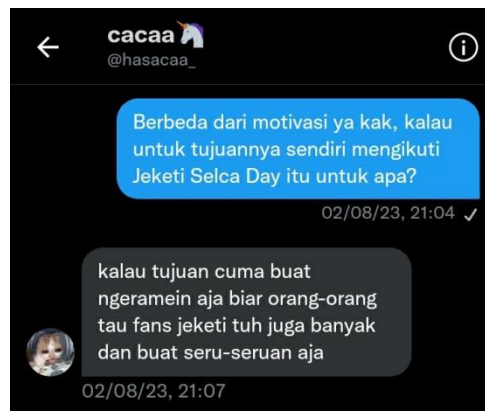
“Untuk tujuan ku sendiri sebenarnya buat nambah relasi aja sii kak, untuk nemu nemu temen baru juga di fandom JKT48 ini si kak” (David, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara di atas bahwa David dengan *username* twitter @dapidddddddddd) mempunyai keinginan yaitu untuk menambah atau memperluas relasinya. Dalam hal ini, tindakan rasional instrumental berdasarkan atas keinginan mereka sendiri. Keinginan David berasal dari pemikiran yang logis dan rasional untuk mencapai atau mewujudkan tujuan mendapatkan relasi baru, yaitu dengan mengikuti Jeketi Selca Day di twitter. Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay setiap tanggal 17 setiap bulannya merupakan sebuah event virtual bagi Fans JKT48 di twitter dimana pada saat *event* tersebut berlangsung, sesama Fans JKT48 dapat saling mengenal satu sama lain dengan cara saling mengikuti akun satu sama lain, saling berbalas komentar, maupun saling mengobrol. Relasi yang terbentuk melalui media sosial twitter dapat berupa relasi untuk sesama mengidolakan JKT48, relasi bermain, relasi berbisnis, maupun relasi lainnya karena relasi sifatnya sangat universal dan tidak terbatas termasuk pada media sosial.

3. Meningkatkan Eksistensi Fans JKT48 di Twitter Kepada Umum

Media sosial twitter adalah salah satu *platform* yang sering digunakan oleh kaum milenial di dunia terutama di Indonesia. Twitter menyediakan ruang bagi penggunanya untuk dapat bebas membuat cuitan dalam bentuk tanggapan, kritikan, membagikan keseharian pengguna, dan ungkapan lainnya. Dalam kebebasan yang ada pada twitter juga dimanfaatkan bukan hanya untuk keperluan pribadi tapi juga bagi sekelompok orang yang memanfaatkan fitur pada twitter salah satunya untuk berpromosi. Melakukan promosi dapat dilakukan untuk memperkenalkan suatu nama, brand, kelompok dan hal lainnya. Dalam konteks Jeketi Selca Day di twitter temuan yang didapatkan oleh informan bernama Caca dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023.

Gambar 4. 3 Tindakan Rasional Instrumental Caca



“Kalau tujuan cuma buat ngeramein aja biar orang-orang tau fans jeketi tuh juga banyak dan buat seru-seruan aja” (Caca, Fans JKT48).

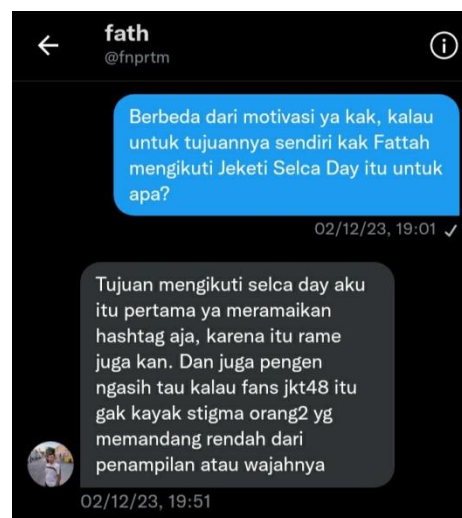
Dari hasil wawancara diatas, *Zwerk rational* atau tindakan rasional instrumental berdasarkan atas keinginan mereka sendiri. Dalam hal ini, Caca dengan nama pengguna (*username*) twitter @hasacaa_ menyatakan bahwa ia memiliki keinginan untuk mengangkat event Jeketi Selca Day dalam *hashtag* #JeketiSelcaDay setiap tanggal 17 setiap bulannya agar masyarakat luas serta non-Fans JKT48 mengetahui bahwa JKT48 mempunyai banyak penggemar terutama pada media sosial twitter. Tindakan yang Caca lakukan berdasarkan atas pemikiran yang logis untuk mencapai tujuan yang ia inginkan, yaitu untuk menunjukkan banyaknya

jumlah penggemar JKT48 di twitter kepada masyarakat umum. Sebelumnya, event Selca Day terlebih dahulu didominasi oleh fans Korea Pop atau K-Pop dengan bermacam tagar yang digunakan di twitter. Maka dari itu, salah satunya dengan adanya Jeketi Selca Day melalui tagar #JeketiSelcaDay dapat menjadi sebuah *moment* untuk menunjukkan eksistensi atau keberadaan Fans JKT48 di twitter, bahwa Fans JKT48 juga dapat menunjukkan kekompakannya dengan penggunaan tagar #JeketiSelcaDay hingga masuk kedalam *trending topic* di twitter. Selain itu Caca juga menyampaikan bahwa ia mengikuti Jeketi Selca Day hanya sebagai ajang seru-seruan di twitter, dengan artian tidak melalui pemikiran logis untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

4. Meramaikan dan Menaikkan *Hashtag*

Trending topic merupakan salah satu fitur dalam twitter yang dapat memudahkan para penggunanya dalam melihat suatu topik dalam negeri maupun topik dari luar negeri yang sedang *trend (update)* atau sedang ramai dibicarakan (Aulia and Susilo 2022). Dalam Jeketi Selca Day, terdapat hashtag atau tagar yang digunakan yaitu #JeketiSelcaDay setiap tanggal 17. Tagar ini ramai oleh partisipan yaitu Fans JKT48 dengan tujuan untuk meramaikan dan menaikkan tagar agar dapat masuk kedalam *trending topic* twitter. Hal ini sesuai dengan tujuan seorang informan bernama Fattah Pratama dengan nama pengguna (*username*) twitter @fnprtm pada tanggal 12 Februari 2023.

Gambar 4. 4 Tindakan Rasional Instrumental Fattah



“Tujuan mengikuti selca day aku itu pertama ya meramaikan hashtag aja, karena itu rame juga kan. Dan juga pengen ngasih tau kalau fans JKT48 itu gak kayak stigma orang-orang yang memandang rendah dari penampilan atau wajahnya” (Fattah, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara dengan Fattah diatas, menjelaskan bahwa dirinya mempunyai keinginan bahwa fans JKT48 tidak seperti stigma negatif dari masyarakat. Contohnya seperti terdapat anggapan bahwa fans JKT48 merupakan seseorang yang maniak atau fanatik terhadap JKT48, sehingga dianggap aneh oleh masyarakat awam. Selain hal itu terdapat stigma bahwa fans JKT48 merupakan seseorang yang pedofil karena member JKT48 memiliki member yang umurnya masih tergolong *underage*. Padahal kenyataannya, Fans JKT48 tidak hanya disukai oleh pria akan tetapi juga didominasi oleh remaja serta perempuan. Fattah (@fnprtm) mempunyai keinginan yang yaitu ingin meramaikan event Jeketi Selca day dan menaikkan tagar #JeketiSelcaDay di twitter. Dalam hal ini, tindakan rasional instrumental berdasarkan dengan keinginannya sendiri dengan pikiran yang rasional untuk mencapai tujuan Fattah yaitu untuk meramaikan Jeketi Selca Day dan juga hashtag #JeketiSelcaDay dengan cara menjadi partisipan pada event virtual tersebut agar masyarakat awam lebih mengenal fans JKT48 dari sisi positifnya serta stigma negatif yang beredar juga dapat berkurang.

5. Menambah Followers Twitter

Dalam berbagai jenis media sosial yang ada, twitter memiliki perbedaan dengan media sosial lainnya khususnya pada fitur tertentu. Dalam twitter tidak ada batasan dalam pengguna maupun non-pengguna untuk mengeksplorasi, adapun fitur yang disebut *following* (mengikuti) atau akun yang diikuti oleh suatu pengguna dan *followers* (diikuti) atau pengikut akun yang dimiliki pada akun seseorang. Setiap orang dapat dengan bebas mengikuti atau memfollow akun yang menurutnya relevan dengan tujuannya. Sehingga seseorang juga dapat dengan berbagai cara untuk mendapatkan dan menambah *followers* atau pengikut pada akun pribadinya. Hal ini sesuai dengan ungkapan seorang informan bernama Ranchika dengan nama pengguna (*username*) twitter @ranchikaa pada tanggal 13 Februari 2023:

Gambar 4. 5 Tindakan Rasional Instrumental Ranchika



“Untuk meramaikan aja biasanya terus buat nambah followers wkwk” (Ranchika, Fans JKT48).

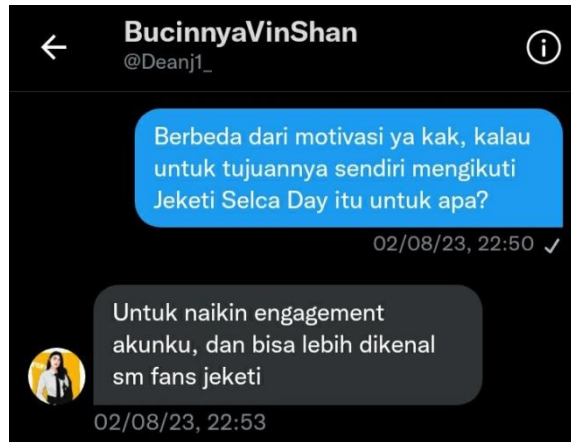
Dalam hal ini tindakan rasional instrumental yang ada berdasarkan pemikiran logis Ranchika untuk mencapai tujuannya yaitu untuk menambah followers. Usaha yang dilakukan oleh Ranchika yaitu berupa dengan mengikuti Jeketi Selca day dan mencantumkan hashtag #JeketiSelcaDay pada captionnya agar fans JKT48 dapat dengan melihat dan menemukan akun twitter milik Ranchika. *Hashtag* (tanda pagar atau #) yang ada pada caption dapat mempermudah suatu pengelompokkan dalam sebuah konten maupun topik yang sedang hangat agar dapat dicari. Dalam hal ini tagar #JeketiSelcaDay sangat relevan serta dapat dilihat oleh banyak fans JKT48 lainnya selain pengikut akun.

6. Menaikkan *Engagement* Akun Twitter

Di dalam media sosial twitter terdapat fitur yang bernama *Twitter Analytics* dan sudah ada sejak tahun 2014 dengan fungsi untuk memudahkan pengguna mengukur serta menganalisis performa untuk menjangkau target pasar dalam publik. Fitur *Twitter Analytic* sendiri mencakup beberapa fitur seperti *profile visit* atau jumlah orang yang mengunjungi akun, *followers growth* atau penambahan pengikut dalam akun, dan *engagement rate*. Tingkat *engagement* sendiri termasuk seberapa banyaknya pengguna lain yang turut menanggapi cuitan atau *thread* yang dibuat, dalam arti lain tweet yang dibuat sudah sesuai dengan minat dari audiens serta dapat menarik perhatian pengguna lainnya. Menurut penjelasan dari seorang informan bernama Dea Ayu dengan nama pengguna (*username*) twitter @Deanj1_ dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023, ia mengungkapkan

bahwa terdapat keinginannya untuk menaikkan *engagement* pada akun twitter miliknya agar bisa dikenal oleh Fans JKT48 dengan mengikuti Jeketi Selca Day.

Gambar 4. 6 Tindakan untuk menaikkan engagement



“Untuk naikin engagement akunku, dan bisa lebih dikenal sama Fans Jeketi” (Dea, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara dengan Dea diatas, tindakan rasional instrumental yang ada yaitu Dea mempunyai keinginan untuk menaikkan *engagement rate* pada akun miliknya. Tindakan oleh Dea, dilakukan dengan usaha serta pemikiran yang rasional, dan logis untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan yaitu dengan cara mengikuti Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay setiap bulannya. Dengan konten Jeketi Selca day yang Dea buat, dapat meningkatkan *engagement* karena pengguna lain dapat ikut menanggapi atau berinteraksi pada akun miliknya karena cukup menarik perhatian Fans JKT48 melalui tagar #JeketiSelcaDay. Dalam hal ini, Dea menyadari bahwa dengan Jeketi Selca Day merupakan cara untuk menarik orang lain untuk dapat melirik akun @Deanj1_. Dengan begitu Dea juga dapat mencapai keinginannya untuk dapat mengenal Fans JKT48 lainnya di twitter sesuai dengan tindakan rasional instrumental.

Dahl (2018) menjelaskan makna *engagement* sebagai bentuk dari menyukai, mengomentari, membagikan, serta memaparkan konten tertentu. Menurut Baker (2019) twitter menjadi media sosial yang mempunyai kemampuan berkomunikasi serta berinteraksi secara tidak terbatas antara satu pengguna dan

pengguna lainnya serta fitur, aksesibilitas, cakupan secara global, dan fokus secara *real time* membuat twitter menjadi sebuah *platform* yang ideal untuk suatu bisnis atau branding dengan sumber daya yang terbatas untuk bisa menyebarkan pesan secara luas, cepat, mudah, serta efisien (Azzahra, 2020). Karena hal tersebut twitter pun dapat jadi sebuah media untuk membentuk sebuah *engagement*.

Menurut hasil observasi penulis pada akun @Deanj1_, selain dengan mengikuti Jeketi Selca Day, Dea juga membuat *thread* atau utas yang berisi video *cover song* atau cover lagu olehnya dalam akun twitter nya untuk menaikkan serta menjangkau audiens di akun miliknya. Dengan konten yang berkualitas, juga akan mendorong *engagement* yang lebih baik juga karena publik lebih menyukai untuk membaca, melihat, maupun membagikan suatu informasi yang disampaikan melalui konten yang menarik dan mudah dipahami. Oleh karena itu Dea mengikuti Jeketi Selca Day dengan tujuan menaikkan *engagement* pada akun pribadi serta *self branding* dirinya yang merupakan seorang penyanyi *cover song*, dan termasuk pada tindakan rasional instrumental karena melalui pertimbangan logis untuk mencapai tujuannya.

7. Meningkatkan Eksistensi Agar Dapat Dikenal Member JKT48

Van Djik dalam Nasrullah (2015:11) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah media yang fokus pada peningkatan eksistensi para penggunanya. Maka dari itu, media sosial juga dapat dikatakan sebuah fasilitator online untuk menguatkan hubungan diantara pengguna dan juga sebagai sebuah ikatan sosial. Eksistensi yang terbentuk membuat seseorang dapat merasa lebih terpandang dan diterima oleh lingkungan sekitar tidak terkecuali dalam lingkungan virtual. Keinginan untuk meningkatkan eksistensi diungkapkan seorang informan bernama Fattah Pratama dengan nama pengguna (*username*) twitter @fnprtm pada tanggal 12 Februari 2023.

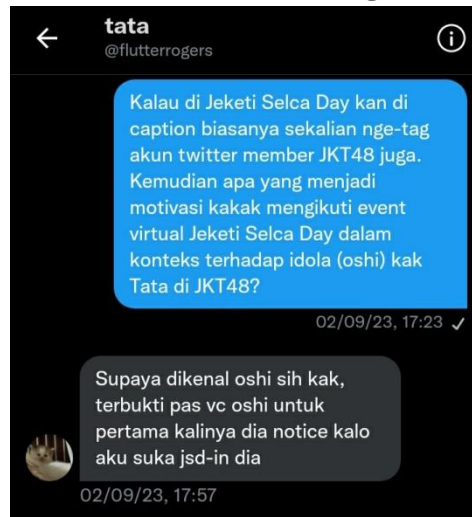
Gambar 4. 7 Tindakan Rasional Nilai Fattah



“Kalau biar dikenal sama oshi terus di notice atau diwaro jujur ada keinginan sih. Tapi ga yg harus dikenal gitu motivasinya. Lebih ke biar oshiku tau muka ku kalau misal nanti ketemu virtual via vc, atau offline kaya handshake” (Fattah, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara dengan nama pengguna @fnprtm diatas menunjukkan bahwa Fattah mempunyai keinginan agar dapat dikenal oleh oshinya di JKT48. *Oshi* atau *oshimen* dapat diartikan sebagai seorang member JKT48 yang disukai atau didiolakan, serta diberi dukungan atau *support* dari seorang Fans JKT48. *Notice* di dalam fandom JKT48 memiliki istilah yang disebut ‘waro’. *Waro* sendiri adalah sebuah *feedback* atau respon yang diberikan secara langsung dari seorang member kepada fans nya. Biasanya seorang Fans JKT48 berusaha mencari waro dari idolanya dengan berbagai cara, seperti memberi *mention* di twitter, mengirim pesan didalam *direct message*, atau meng-tag akun media sosial member JKT48 pada fitur *story* atau status. Sedangkan bentuk waro yang diberikan dari seorang member JKT48 berupa menjadi *viewer* atau penonton *story* milik fansnya, menghafal wajah atau nama fans nya, menyapa saat melakukan *live showroom*, dan banyak hal lainnya. Hal tersebut dikonfirmasi oleh informan bernama Justitia Tata Kartika dengan nama pengguna twitter @flutterrogers dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023.

Gambar 4. 8 Tindakan Untuk Meningkatkan Eksistensi



“Supaya dikenal oshi kak, terbukti pas vc oshi untuk pertama kalinya dia notice kalo aku suka jsd-in dia” (Tata, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, terbukti bahwa *oshi* Tata yaitu Jessica Chandra JKT48 memberikan *notice* kepadanya saat sesi *video call* berbayar. *Video call* merupakan sebuah event yang diadakan setiap bulannya dari *official* JKT48 dimana seorang Fans JKT48 dapat melakukan *video call* melalui aplikasi zoom dengan member JKT48 langsung tanpa perantara. Dalam video call tersebut Fans dapat mengobrol dengan topik yang bebas serta bervariasi, misalnya tentang hobi, kesukaan, dan lainnya. Event tersebut diadakan dengan jadwal waktu, hari, dan sesi yang berbeda di setiap member JKT48. *Video call* memiliki durasi 50 detik pada setiap sesinya dengan harga seratus ribu rupiah per tiket. Tiket tersebut dapat dibeli dengan maksimal 5 tiket per orang nya. Event tersebut merupakan salah satu tempat selain event *handshake* dimana fans dapat mengobrol secara langsung dengan idolanya dan secara empat mata melalui media, jadi lebih terasa eksklusif. Walaupun tidak mengobrol bertatap muka secara langsung, fans tetap merasa senang dan puas dengan adanya event ini karena banyak *notice* serta pengalaman baru yang didapat dari member JKT48 saat mengobrol. Hal tersebut terbukti dari tiket yang dijual oleh *official* JKT48 selalu *sold out* setiap bulannya. Menurut ungkapan Tata, disaat ia mengikuti event *video call* dengan oshinya bernama Jessica Chandra JKT48 mengingat Tata yang sering ber-*selca* dengannya. Hal tersebut sangat membuat Fans JKT48 senang karena merasa idolanya memiliki perhatian lebih dan mengingat Fans

nya walaupun dari hal kecil yang dilakukan seperti mengikuti Jeketi Selca Day dengan idolanya.

Gambar 4. 9 Pengumuman Event Video Call Dengan JKT48



Sumber : Website JKT48. Diakses pada tanggal 13 Februari 2023.

Pada foto diatas merupakan sebuah pengumuman yang dikeluarkan dari JOT (JKT48 Operation Team) pada tanggal 6 Februari 2023 melalui *official website* nya yang berisi pengumuman mengenai penjualan Digital Photobook ‘*Kuchi Utsushi no Chocolate*’ dengan bonus *video call* dengan member JKT48. Di dalam pengumuman tersebut disertai dengan harga, jadwal serta sesi per member, dan tanggal perilisan digital photobook yang bisa di download di website jkt48.com. Tidak jarang terdapat penambahan sesi *video call* member apabila sudah *sold out*.

Dari kedua informan yaitu Fattah (@fnprtm), dan Tata (@flutterogers) didapati bahwa mereka mempunyai keinginan yang sama yaitu agar dikenal oleh oshi atau idola mereka di JKT48. Pada tindakan rasionalitas nilai, sebuah tindakan didasari oleh nilai-nilai serta pemikiran logis untuk tujuan, manfaat serta alasan tertentu sesuai dengan nilai yang hendak dicapai. Dalam hal ini David dan Tata memiliki

nilai yang ingin dicapai yaitu, nilai eksistensi di dunia maya. Eksistensi tersebut ditujukan kepada idolanya agar idolanya dapat mengenalnya bahkan mengingatnya. Tindakan yang Fattah, David dan Tata lakukan adalah dengan pemikiran yang logis serta dengan usaha untuk mencapai tujuan pada nilai eksistensi yang mereka inginkan, yaitu dengan mengikuti Jeketi Selca Day di twitter. Dengan mengikuti Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay sekaligus dengan *mention* atau tag akun twitter *oshi* mereka di JKT48 pada *caption* yang dibuat, maka idola mereka dapat mengingat mereka atau setidaknya mengingat wajah atau nama mereka melalui foto asli mereka dalam konten JSD. Perasaan senang saat di *notice* oleh member JKT48 dalam konteks Jeketi Selca Day diungkapkan oleh seorang informan bernama Ranchika dengan nama pengguna twitter @ranchikaaa.

Gambar 4. 10 Ungkapan Senang ketika JSD di notice member JKT48



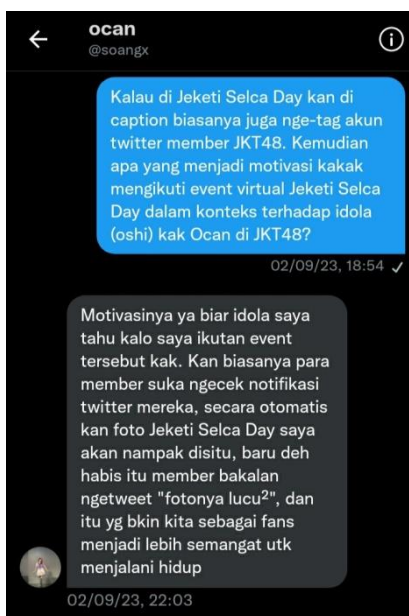
“Senang yang pasti. Yg paling ku inget waktu sama Lulu dan itu pas oshiin dia. Tahun lalu. Jadi Selca ku rame gitu kan pada di rep sama orang trs pas vc dia bahas wih ini nih yang selca nya kemarin rame di komen in cowo cowo” (Ranchika, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara diatas dengan Ranchika pada 13 Februari 2023 melalui *direct message* mengungkapkan bahwa adanya perasaan senang Ranchika setelah di *notice* oleh oshi atau idolanya yaitu Lulu JKT48. Notice tersebut ia dapatkan saat

sedang sesi video call dengan Lulu dan menjadi topik obrolan mereka. Ranchika mengungkapkan bahwa ia di *notice* karena konten Jeketi Selca Day nya ramai dengan komentar dari Fans JKT48 pada saat itu serta mention Lulu dalam captionnya, sehingga seluruh komentar masuk kedalam notifikasi Lulu JKT48.

Selain mendapat *notice* dari member JKT48 melalui *video call*, Fans JKT48 juga bisa mendapatkan *notice* melalui cuitan di akun twitter member JKT48. Hal ini menjadi tujuan informan bernama Ocan dengan nama pengguna (*username*) twitter @soangx dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 9 Februari 2023.

Gambar 4. 11 Tindakan rasional nilai Ocan



“Motivasinya ya biar idola saya tahu kalo saya ikutan event tersebut kak. Kan biasanya para member suka ngecek notifikasi twitter mereka, secara otomatis kan foto Jeketi Selca Day saya akan nampak disitu, baru deh habis itu member bakalan ngetweet ‘fotonya lucu-lucu’, dan itu yg bikin kita fans menjadi lebih semangat untuk menjalani hidup” (Ocan, Fans JKT48)

Dari hasil wawancara diatas, Ocan mengungkapkan bahwa ia mengikuti Jeketi Selca Day agar oshinya mengetahui bahwa dirinya mengikuti event tersebut. Di dalam fitur twitter terdapat notifikasi yang berisi pemberitahuan yang bersangkutan dengan akun seseorang. Dalam Jeketi Selca Day, *caption* yang dibuat dapat menyangkut JKT48 dengan *men-tag* atau *mention* pada akun member JKT48 sesuai dengan konten atau foto Selca yang digunakan. Disaat konten tersebut sudah terposting, *mention* pada akun member JKT48 otomatis akun masuk kedalam

notifikasi member JKT48 yang bersangkutan. Ocan juga mengatakan bahwa tweet member JKT48 pada tanggal 17 saat Jeketi Selca Day berlangsung dengan tujuan memberikan *notice* kepada fans nya yang sudah ber-*selca* dengannya. Member JKT48 membuat tweet yang berhubungan dengan Jeketi Selca Day juga untuk menghargai usaha dari fansnya dan secara tidak langsung memberitahukan jika member JKT48 juga melihat mention yang masuk pada akunya.

Gambar 4. 12 Notice Jeketi Selca Day Dari Member JKT48



Sumber : Twitter. Diakses pada tanggal 19 Februari 2023

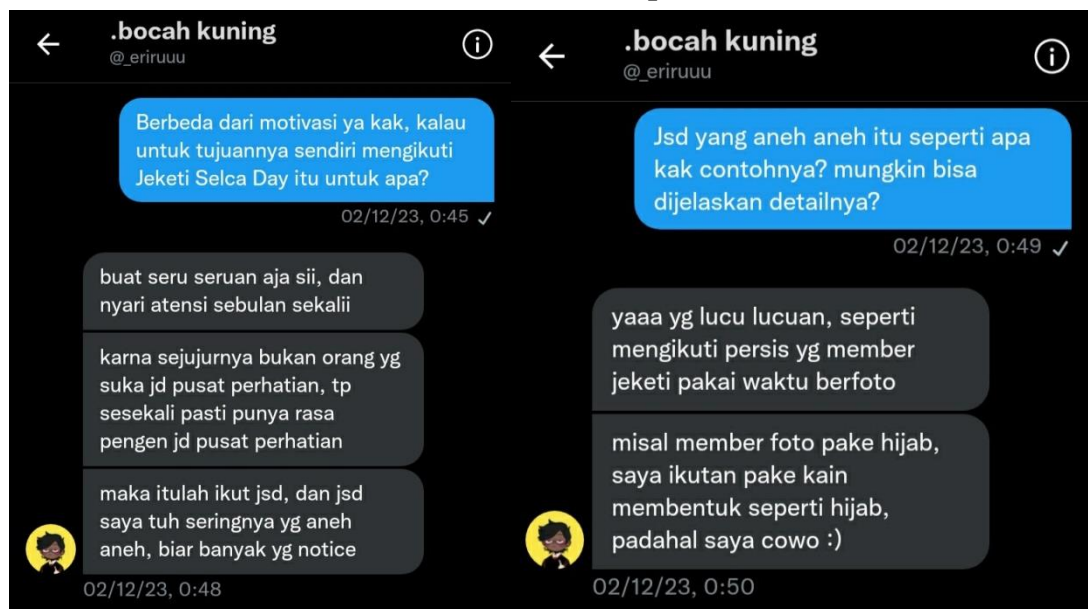
Pada foto diatas merupakan sebuah tangkapan layar yang didapatkan dari hasil observasi penulis dimana seorang member JKT48 menyinggung Jeketi Selca Day milik Fans JKT48. Dalam tweet milik Jessi (@C_JessiJKT48), Yessica (@Y_ChikaJKT48), dan Gracia (@S_GraciaJKT48) memberikan sebuah *notice* kepada fans JKT48 yang mengikuti Jeketi Selca Day menggunakan tagar #JeketiSelcaDay. Dalam cuitan tersebut mereka secara tidak langsung menyampaikan bahwa member JKT48 juga sering mengecek tagar #JeketiSelcaDay serta fansnya yang mengikuti event tersebut. Jessi pun juga mengapresiasi para fansnya yang mengikuti event tersebut dengan sebuah gambar meme serta caption “y'all should start loving urself bcs u are very pretty and handsome, ily” yang artinya kalian semua harus mulai mencintai diri sendiri karena kalian cantik dan

tampilan. Hal tersebut sangat membuat fans JKT48 sangat senang karena melalui event virtual Jeketi Selca Day, mereka bisa diperhatikan oleh idolanya.

8. Menjadi Pusat Atensi di Media Sosial Twitter

Kemudahan dalam mengakses internet dimasa sekarang, salah satunya membuat seseorang bisa memiliki media sosial. Ada kalanya media sosial digunakan sebagai sarana berekspresi dan berinteraksi. Penulis menemukan penemuan lain dengan adanya kegiatan virtual di twitter yaitu adanya keinginan mendapatkan eksistensi agar ter *notice* oleh idola di JKT48, yang penulis temukan dari informan bernama Eril dengan nama pengguna twitter (*username*) @_eriruuu dalam wawancara melalui *direct message* (dm) twitter pada 12 Februari 2023. Atensi atau perhatian berkaitan erat dengan indikator penggunaan sosmed, khususnya dalam penelitian ini atensi yang ingin didapatkan yakni perhatian dari member JKT48.

Gambar 4. 13 Tindakan Untuk Mendapat Atensi



“Buat seru seruan aja sii, dan nyari atensi sebulan sekalii. Karna sejujurnya bukan orang yg suka jadi pusat perhatian, tp sesekali pasti punya rasa pengen jd pusat perhatian. Maka itulah ikut JSD, dan JSD saya tuh seringnya yang aneh aneh, biar banyak yang notice. Yaaa yg lucu lucuan, seperti mengikuti persis yg member jeketi pakai waktu berfoto. Misal member foto pake hijab, saya ikutan pake kain membentuk seperti hijab, padahal saya cowo” (Eril, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, Eril mengungkapkan bahwa ia mempunyai keinginan untuk mendapatkan atensi dari publik serta Fans JKT48. Sesuai dengan tindakan rasional nilai, Eril mengikuti Jeketi Selca Day dengan konsep parodi untuk mendapat atensi dari Fans JKT48 melalui tagar #JeketiSelcaDay. Eril mengungkapkan bahwa ia adalah tipe orang yang tidak suka menjadi pusat perhatian, akan tetapi untuk sesekali ia ingin merasakan mendapat atensi dari banyak orang di media sosial. Tindakan rasional yang Eril lakukan yaitu dengan usahanya membuat konten Jeketi Selca Day dengan konsep parodi serta nilai eksistensi yang ingin didapatkan dari fans JKT48. Konsep parodi ini jarang digunakan oleh Fans JKT48 disaat event Jeketi Selca Day berlangsung karena hal tersebut membutuhkan kepercayaan diri serta kreatifitas yang lebih pada seseorang.

Salah satu contoh konsep parodi dari Selca Day seperti yang diungkapkan Eril bahwa *“misal member foto pake hijab, saya ikutan pake kain membentuk seperti hijab, padahal saya cowo”*. Jeketi Selca Day merupakan sebuah event untuk para Fans JKT48 dengan mengupload atau mengunggah foto diri sendiri bersama foto idola kesukaannya (*oshi*) di JKT48 dengan kreasi serta kreatifitas sebebas - bebasnya. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Eril untuk menyalurkan kreatifitasnya dengan mengikuti gaya berfoto member. Dalam Jeketi Selca Day setiap tanggal 17, konten yang dapat menarik perhatian adalah konten yang kreatif dari segi *caption*, gaya berfoto, latar, serta segi kesamaan dari foto member JKT48 yang digunakan untuk Selca.

B. Tindakan Fans JKT48 yang Dipengaruhi Oleh Dorongan Emosional

Tindakan Afektif yaitu tindakan yang dilakukan karena adanya dorongan emosional atau dikuasai oleh perasaan serta dilakukan tanpa pemikiran rasional. Dalam tindakan ini terjadi karena adanya perasaan yang menggebu-gebu seperti marah, senang, sedih, takut, cinta dan termasuk dalam tindakan afektif. Tindakan afektif termasuk kedalam tindakan sosial irasional atau tidak berdasarkan dengan pikiran yang logis karena tindakan yang dilakukan didominasi oleh suatu perasaan. Pada konteks Jeketi Selca Day, tindakan afektif fans JKT48 disebabkan karena adanya rasa suka, rasa sayang, dan loyalisme kepada idolanya di JKT48. Dari hasil penelitian serta wawancara, tindakan afektif yang dilakukan oleh Fans JKT48 dalam memotivasi mereka untuk turut berpartisipasi pada

Jeketi Selca Day adalah karena adanya loyalisme yang ditujukan fans JKT48 kepada idolanya JKT48, adanya perasaan senang yang dirasakan disaat di notice oleh idola, serta menunjukkan rasa sayang dari fans kepada JKT48 dengan selalu memberi support atau dukungan.

1. Loyalisme yang Ditujukan Kepada Idola

Loyal mempunyai artian lain yaitu setia. Didalam sebuah fandom, loyal merupakan bentuk kesetiaan dari seorang penggemar kepada idolanya. Wujud dari loyal itu terbentuk dari suatu emosi dan perasaan, serta tindakan yang bisa memberi motivasi kepada penggemar untuk selalu mendukung idolanya. Loyalitas didefinisikan sebagai sebuah ikatan perasaan seseorang yang mencapai tahap ketergantungan merujuk pada sebuah objek yang dengan harapan untuk melindungi, memiliki, dan kesetiaan. Loyalitas tidak hanya merujuk kepada kesetiaan secara fisik saja, akan tetapi juga berupa kesetiaan non-fisik seperti perhatian dan pikiran. Utomo (2012) dalam Sadewa (2019:23) menyatakan bahwa tujuan suatu kelompok akan semakin mudah dicapai apabila dengan loyalisme yang besar dari para anggotanya. Ivana Rawung (2017) menyatakan bahwa sebuah fandom memiliki kelayalitan yang sangat tinggi kepada idolanya yang merujuk pada tindakan yang fanatik. Seregina (2011: 14-16) dalam Nida (2022) menjelaskan empat aspek perilaku loyalitas :

- 1) *Interaction*, dalam hal ini merujuk pada keinginan penggemar untuk melakukan interaksi. Interaksi yang terjadi dapat secara tatap muka maupun virtual (online)
- 2) *Desire to Acquire*, merupakan suatu keinginan yang besar untuk mendapatkan atau memiliki objek yang berhubungan dengan minat.
- 3) *Internal Involvement*, adalah fokus dari seorang penggemar dengan waktu, energi, dan finansial pada minat tertentu.
- 4) *External Involvement*, adalah perilaku dengan keterlibatan sesuai minat. Contohnya selalu membeli merch official (Afifah, 2022).

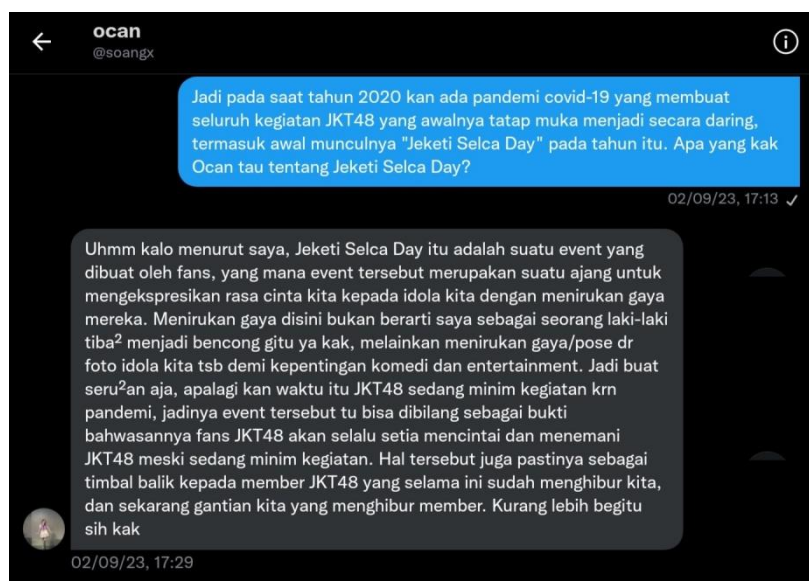
Sedangkan pengertian fanatisme menurut Chaplin (2009) merupakan sikap yang berlebihan dengan semangat menggebu-gebu terhadap sesuatu sudut pandang maupun sebab akibat (Hanif Zaid, 2021). Fanatisme terjadi dari akibat kultur yang

sekarang serba ditentukan oleh brand ataupun hubungan yang dibuat untuk menciptakan sebuah identitas dan menyusun realitas seseorang. Seregina, Koivisto, dan Matila (2011) membagi aspek – aspek fanatisme menjadi empat bagian yaitu kesetiaan, kecintaan, pengabdian, dan hubungan:

- 1) Kesetiaan, didalam fanatisme berupa bentuk pengulangan seperti pembelian berulang, dan perilaku yang didorong oleh emosi. Karakteristik afektif pada sebuah fanatisme merujuk pada sebuah kepuasan dan pengalaman secara positif.
- 2) Kecintaan, keinginan untuk mencintai berasal dari kebutuhan untuk suatu hal yang bernilai. Dalam konteks hubungan antara penggemar dengan idola dapat berupa sebuah bentuk kepedulian, bentuk inspirasi, dan perasaan semangat.
- 3) Pengabdian, wujud dari pengabdian melibatkan emosi yang kuat serta ikatan yang tercipta menyampaikan sebuah koneksi.
- 4) Hubungan, ikatan dan koneksi antara orang dan objek menjadi sebuah dasar dalam sebuah hubungan. Dalam konteks fanatisme, hubungan meliputi pengalaman, ketertarikan, dan ingatan.

Menurut Thorne dan Burner (2006) fanatisme mempunyai karakteristik utama yang diawali dari menyukai dan perasaan kagum, kemudian perlahan mulai muncul kecanduan (*addiction*), kemudian rasa ingin memiliki. Apabila sudah melewati tiga tahap tersebut maka yang terakhir adalah loyalitas. Rasa setia, rasa ingin berkorban khususnya untuk member JKT48 muncul. Sikap yang ditunjukkan oleh informan bernama Ocan merupakan sikap loyalisme yang ditunjukkan dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 9 Februari 2023.

Gambar 4. 14 Tindakan afektif Ocan



“Uhhh kalo menurut saya, Jeketi Selca Day itu kan suatu event yang dibuat oleh fans, yang mana event tersebut merupakan suatu ajang untuk mengekspresikan rasa cinta kita kepada idola kita dengan menirukan gaya mereka. Menirukan gaya disini bukan berarti saya sebagai seorang laki-laki tiba-tiba menjadi bencong gitu ya kak, melainkan menirukan gaya atau pose dari foto idola kita tersebut demi kepentingan komedi dan entertainment. Jadi buat seru-seruan aja, apalagi kan waktu itu JKT48 sedang minim kegiatan karena pandemi, jadinya event tersebut tu bisa dibilang sebagai bukti bahwasannya fans JKT48 akan selalu setia mencintai dan menemani JKT48 meski sedang minim kegiatan. Hal tersebut juga pastinya sebagai timbal balik kepada member JKT48 yang selama ini sudah menghibur kita, dan sekarang gantian kita yang menghibur member. Kurang lebih begitu sih kak” (Ocan, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara dengan Ocan diatas, tindakan afektif yang terlihat yaitu adanya rasa cinta kepada idolanya yang ingin ditunjukkan dengan mengikuti Jeketi Selca Day. Menurut Ocan, kondisi Idol Group JKT48 disaat sedang terjadi pandemi covid-19 di tahun 2020 lalu mengalami posisi yang sangat sulit karena seluruh kegiatan yang awalnya serba tatap muka menjadi daring atau menjadi serba online, sehingga sampai terjadi restrukturisasi dalam skala besar mulai dari staff JKT48 hingga member JKT48. Restrukturisasi disini yang dimaksud adalah pengurangan jumlah staff dan member JKT48 yang bertujuan untuk kembali menstabilkan kondisi JKT48 yang sempat jatuh karena pandemi. Hal tersebut tentu sangat disayangkan dan

membuat Fans ikut merasa sedih akibat kondisi ini. Banyak member JKT48 yang terkena restrukturisasi yang merupakan oshi, idola, serta panutannya sudah tidak dapat melanjutkan aktivitasnya sebagai member JKT48 lagi pada saat itu.

Berbagai *hashtag* dilayangkan dan dinaikkan untuk memberi semangat kepada para member JKT48 yang ikut terkena restrukturisasi disaat itu salah satunya #KarenaJKT48 yang sempat mencapai *trending topic* Indonesia no 1 twitter pada saat itu. *Hashtag* tersebut berisi berbagai cuitan dari berbagai kalangan yang mencuitkan dampak positif keberadaan JKT48 bagi kehidupan mereka. Selain tagar tersebut lalu mulai lah muncul berbagai kegiatan virtual yang dibuat oleh Fans JKT48 serta dengan mengadaptasi dari kegiatan tatap muka juga dapat membuat fans dapat tetap dekat dengan idolanya walaupun terhalang karena adanya pandemi. Salah satunya yaitu kegiatan virtual Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay yang diadakan setiap tanggal 17. Sesuai dengan ungkapan Ocan “*apalagi kan waktu itu JKT48 sedang minim kegiatan karena pandemi, jadinya event tersebut itu bisa dibilang sebagai bukti bahwasannya fans JKT48 akan selalu setia mencintai dan menemani JKT48 meski sedang minim kegiatan*” dengan maksud bahwa Fans JKT48 tidak akan meninggalkan dalam keadaan susah, dan akan selalu tetap mendukung JKT48 walaupun banyak keterbatasan kegiatan di tengah pandemi. Sikap inilah yang disebut dengan loyalisme para Fans JKT48 yang ditujukan kepada idolanya JKT48. Adapun sebuah respon berupa empati kepada member JKT48. Perasaan empati tersebut seperti dapat ikut merasakan emosi atau perasaan yang dirasakan oleh idolanya dan layaknya terdapat suatu ikatan tertentu dengan idolanya.

Selain itu dari hasil wawancara Ocan juga mengungkapkan bahwa “*Hal tersebut juga pastinya sebagai timbal balik kepada member JKT48 yang selama ini sudah menghibur kita, dan sekarang gantian kita yang menghibur member*”. Dalam ungkapan tersebut menggambarkan adanya timbal balik positif dari seorang Fans kepada Idolanya. JKT48 merupakan sebuah Idol Group yang ada di Indonesia yang sudah eksis berada di dunia hiburan selama 11 tahun. Keberadaan JKT48 yang sudah ada selama satu dekade lebih membuat kesan tersendiri bagi Fans JKT48. Bagi Ocan, JKT48 sudah menghiburnya selama hampir 11 tahun sejak awal debutnya dengan berbagai karya, lagu, serta aksi panggung, dan banyaknya kenangan selama

mengidolakan JKT48 sehingga hal tersebut membuat suatu kesan baik bagi Ocan untuk memberikan sebuah timbal balik. Timbal balik tersebut diwujudkan dengan salah satunya turut memeriahkan Jeketi Selca Day serta juga untuk menghibur member JKT48 disaat pandemi di tahun 2020 silam. Tindakan yang dilakukan oleh Ocan terjadi karena adanya dorongan emosional atau dikuasai oleh perasaan serta dilakukan tanpa pemikiran rasional. Dalam tindakan afektif yang dilakukan Ocan, didasari oleh adanya perasaan cinta serta adanya loyalitas selama 11 tahun kepada idolanya sehingga ingin memberikan timbal balik positif kepada idolanya di JKT48 dengan mengikuti Jeketi Selca Day untuk menghibur para member JKT48.

2. Perasaan Senang yang Dirasakan Saat di *Notice* Oleh Idola

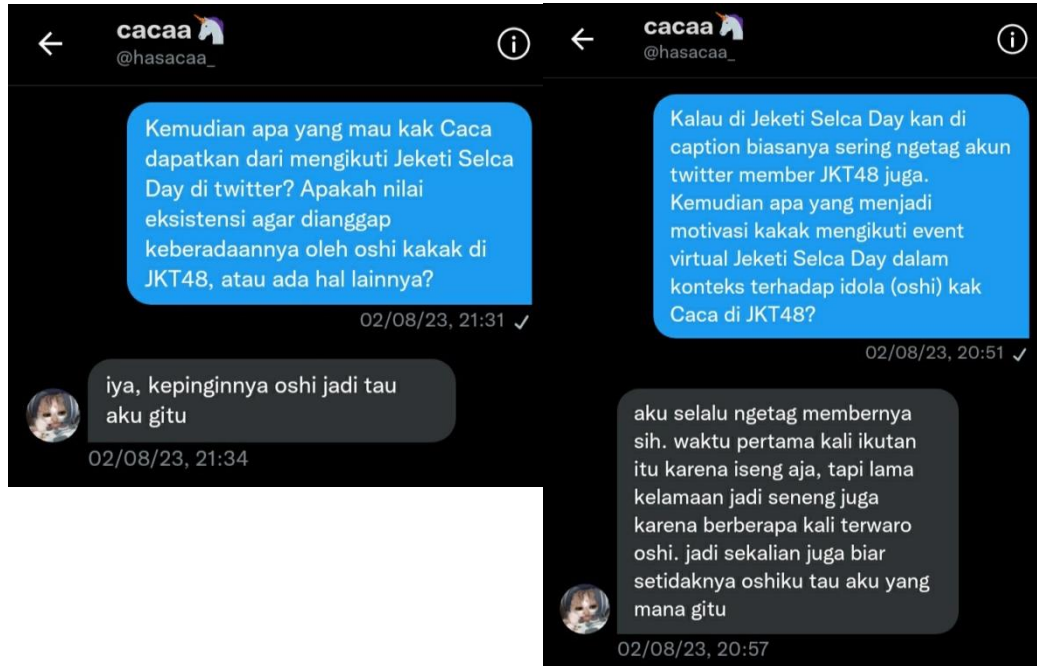
Dalam kecanggihan teknologi saat ini ditambah dengan adanya media sosial menjadikan seorang penggemar bisa dekat dengan idolanya. Sejak awal debutnya, member JKT48 sudah aktif dalam twitter untuk berkomunikasi dengan menyapa dan membagikan kesehariannya kepada penggemar. Di dalam twitter, member JKT48 bisa menunjukkan tentang mereka, yang disukai dan tidak disukai, dan dengan cara menunjukkan diri dapat lebih mendekatkan diri kepada para penggemarnya. Pada komunikasi dari member JKT48 maupun sebaliknya terdapat interaksi parasosial didalamnya, dimana dalam proses nya sering membawa kepada sebuah tindakan dengan cara sama ketika merespon idolanya. Terdapat tiga proses parasosial *behavioral response* atau respon perilaku:

- 1) *Non Verbal Behavior*, dalam proses ini berkaitan dengan tindakan seorang penggemar yang meniru idolanya.
- 2) *Para Verbal Behavior*, adalah sebuah proses dimana dorongan pribadi dari seorang penggemar agar dapat berkomunikasi dengan idolanya.
- 3) *Behavioral Intentions*, dalam proses ini perilaku penggemar berkeinginan untuk bisa berbicara dan bertemu secara langsung.

Dalam Jeketi Selca Day, terdapat proses *para verbal behavior* yang ditujukan dengan selalu meng-tag atau *mention* akun twitter member JKT48 di dalam *caption* Jeketi Selca Day. Hal tersebut dikarenakan adanya dorongan keinginan untuk berkomunikasi dengan sang idola, atau dalam istilah lain ingin diwaro atau di *notice*. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh informan bernama Caca dengan nama

pengguna twitter @hasacaa_ dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023.

Gambar 4. 15 Tindakan afektif Caca



“Iya kepinginnya oshi jadi tau aku gitu. Aku selalu ngetag membernya sih. Waktu pertama kali ikutan iseng aja, tapi lama kelamaan jadi senang juga karena beberapa kali terwaro oshi. Jadi sekalian juga biar setidaknya oshiku tau aku yang mana gitu” (Caca, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara dengan diatas, Caca menjelaskan bahwa ia disaat mengikuti Jeketi Selca Day selalu tag akun twitter member JKT48. Menurut pengalaman yang diungkapkan Caca, ia beberapa kali mendapatkan waro atau notice dari oshinya. Dalam hal tersebut terdapat tindakan afektif yang ada yaitu perasaan senang karena diperhatikan idolanya. Hal tersebut menjadi sebuah motivasi Caca untuk mengikuti Jeketi Selca Day, karena senang diwaro. Selain itu Caca mengungkapkan bahwa ia mengikuti Jeketi Selca Day agar idolanya mengetahui setidaknya wajahnya walaupun hanya dari foto saja. Dari hasil wawancara tersebut, tindakan afektif Caca mengikuti Jeketi Selca Day karena adanya dorongan emosional yang mereka miliki yaitu perasaan senang karena di *notice* oleh idola mereka di JKT48. Tindakan yang dilakukan oleh Caca, David, Pasha, dan Fattah lakukan

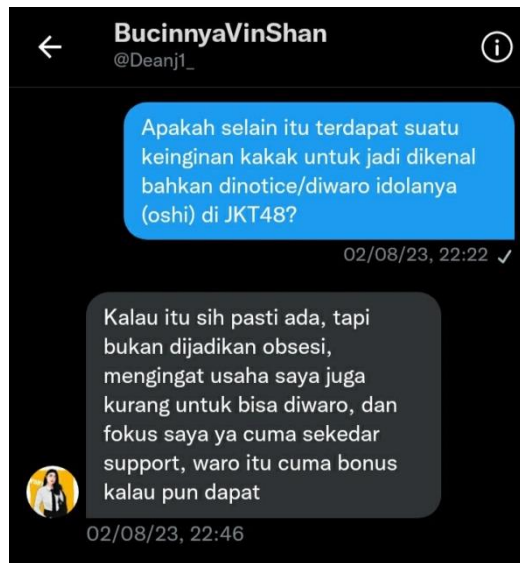
dilakukan tanpa adanya pemikiran rasional karena tindakan yang dilakukan didominasi oleh perasaan.

3. Memberi Dukungan Kepada Idola Sebagai Ungkapan Rasa Sayang

Kuatnya keberadaan Idol Group JKT48 dan penggemarnya yang cukup banyak di Indonesia membuat beragam asumsi dari masyarakat awam baik dari yang pro maupun kontra. Akan tetapi terlepas dari pendapat yang negatif dari masyarakat, kegiatan seorang penggemar JKT48 seperti aktif pada media sosial dan perilaku konsumtif dengan membeli barang atau official *merchandise* merupakan sebuah bentuk dari citra diri seorang penggemar. Muslimah (2021) menjelaskan bahwa pada setiap orang, tentu saja mempunyai perasaan suka, perasaan sayang, dan perasaan cinta kepada orang lain, tidak terkecuali kepada seorang sosok idola (Andhira Diffa, 2022).

Dalam komunitas online atau *cyber fandom*, media sosial sangat penting digunakan yang berperan untuk media penyampaian informasi dan media berinteraksi. Dalam hal ini, Fans JKT48 menggunakan media sosial twitter selain untuk berinteraksi dan bertukar informasi, tetapi juga digunakan untuk memberikan dukungan kepada idola mereka di JKT48. Bentuk dukungan yang diberikan oleh Fans JKT48 biasanya berupa melakukan streaming pada *platform music*, turut *membeli official merchandise*, memberikan komentar positif, serta banyak hal lainnya. Bentuk *support* yang dibuktikan untuk mendukung JKT48 salah satunya dijelaskan informan dengan nama pengguna twitter @Deanj1_ dalam wawancara melalui *direct message* twitter pada 8 Februari 2023 yang menyatakan bahwa ia lebih fokus untuk mendukung oshinya dibandingkan mencari waro atau *notice* karena menurutnya hal tersebut merupakan suatu bonus atau hanya keberuntungan saja.

Gambar 4. 16 Tindakan afektif Dea



“Kalau keinginan untuk untuk dikenal atau di notice oshi sih pasti ada, tapi bukan dijadikan obsesi, mengingat usaha saya juga kurang untuk bisa diwaro, dan fokus saya ya cuma sekedar support, waro itu bonus kalau pun dapat” (Dea, Fans JKT48)

Dari hasil wawancara diatas, Dea mengungkapkan bahwa dia mempunyai keinginan untuk di *notice* oleh idola mereka di JKT48, akan tetapi hal tersebut bukan merupakan keinginan utamanya. Dalam tindakan afektif, Dea mengikuti Jeketi Selca Day karena adanya dorongan emosional bentuk rasa sayangnya kepada idolanya untuk berfokus memberi support atau dukungan. Menurutnya *notice* atau waro dari idolanya adalah sebuah bonus atau dengan kata lain hanya keberuntungan saja. Tindakan yang dilakukan oleh Dea dilakukan tanpa adanya pemikiran rasional karena tindakan yang dilakukan didominasi oleh perasaan.

BAB V

PARTISIPASI INTERAKSI FANS JKT48 DALAM FENOMENA JEKETI SELCA DAY DI TWITTER

A. Bentuk Interaksi Virtual Fans JKT48 Dalam Jeketi Selca Day

Interaksi sosial adalah sebuah hubungan secara timbal balik diantara satu individu dengan individu lain nya maupun individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok yang lainnya yang didalam hubungan tersebut dapat saling memperbaiki, memengaruhi, maupun mengubah satu sama lain. Dalam kehidupan sehari – hari butuh suatu interaksi dengan orang lain. Karena pada dasarnya manusia memiliki kemampuan untuk dapat saling berinteraksi satu sama lain di lingkungan sosial. Interaksi sosial menurut Gillin, adalah suatu hubungan sosial yang bersifat dinamis bersangkutan dengan individu maupun suatu kelompok. Saat dua individu bertemu terjadilah interaksi sosial, kemudian saling berteguran, menyapa, bersalaman, saling berbicara, dan lainnya. Aktivitas tersebut merupakan termasuk kedalam interaksi sosial.

Soekanto (1985:51) menjelaskan walaupun kedua belah pihak tidak sedang bertatap muka, akan tetapi interaksi sosial tetap terjadi karena masing - masing pihak sadar dengan penambahan respon ataupun perasaan. Hal tersebut menyebabkan suatu kesan pada orang yang selanjutnya menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya (Maghfiroh, 2021). Berpartisipasi mempunyai arti bahwa seseorang dapat dengan mudah untuk membagikan informasi, membuat, menciptakan sebuah konten ataupun hal lainnya yang hendak disampaikan kepada orang lain, serta memberikan komentar yang diterima. Interaksi yang terjadi antar fans JKT48 disaat virtual event Jeketi Selca Day berlangsung dapat dilihat dari beberapa fitur yang tersedia dalam twitter seperti, like, retweet, dan komentar (*reply*) untuk cuitan atau konten yang diunggah oleh fans JKT48 yang turut berpartisipasi Jeketi Selca Day pada tagar #JeketiSelcaDay sebagai bentuk memeriahkan event.

1. Interaksi Virtual Melalui Fitur Dalam Twitter

Beberapa fitur yang digunakan fans JKT48 untuk berinteraksi saat Jeketi Selca Day yang **pertama** menggunakan fitur *like* atau suka yang digunakan untuk menanggapi suatu cuitan (*tweets*) seseorang. Biasanya, jumlah tanggapan berupa likes biasa diartikan sebagai bentuk persetujuan suatu cuitan yang ada. Selain itu

jumlah suka atau *likes* yang berjumlah banyak diartikan tingkat kepopuleran atau eksistensi seseorang. **Kedua** adalah fitur *retweet* atau biasa disingkat ‘RT’ merupakan sebuah fitur di dalam twitter dimana pengguna mambagikan ulang *tweet* dari pengguna lain. Sedangkan *Quote Retweet* atau biasa disingkat ‘QRT’ adalah membagikan ulang *tweet* dari pengguna lain menggunakan sebuah komentar sebanyak maksimal 280 karakter atau huruf. Yang **ketiga** yaitu *reply* atau komentar. Dalam kebijakan twitter saat ini, terdapat tiga macam privasi dalam berkomentar yang bisa diatur oleh pemilik akun atau *tweet*, yaitu *everyone* untuk semua pengguna twitter (publik) lain dapat ikut berkomentar tanpa terkecuali, kemudian *people you follow* atau orang yang diikuti, yaitu dibatasi pada orang yang pengguna ikuti yang dapat berkomentar, dan *only people you mention*, yaitu dibatasi hanya username yang di *mention* yang dapat memberikan komentar.

Gambar 5. 1 Konten Jeketi Selca Day Dari @Deanj1_



Sumber : Akun Twitter @Deanj1_. Diakses pada tanggal 23 Februari 2023

Gambar diatas merupakan konten Jeketi Selca Day yang dibuat oleh informan Dea Ayu dengan nama pengguna twitter @Deanj1_ pada tanggal 17 Mei 2022. Dalam konten yang dibuatnya, dapat dilihat bahwa terdapat sebuah interaksi

secara virtual di twitter yang ditunjukkan melalui total 59 komentar, 79 *retweet*, 8 *quote retweet*, dan 527 *likes* atau suka. Dari hasil penelitian yang diperoleh melalui tahap observasi, wawancara, serta dokumentasi yakni adanya bentuk interaksi dengan saling merespon pada kolom *reply* atau komentar dalam Jeketi Selca Day oleh fans JKT48 dalam tagar #JeketiSelcaDay. Bentuk pola interaksi ini yaitu asosiatif. Pola interaksi asosiatif, merupakan interaksi yang mempunyai sifat dalam bentuk menyatukan serta mengarah kepada keharmonisan.

2. Interaksi Virtual Antar Fans JKT48 Melalui Komentar

Kehadiran internet saat ini merupakan sebuah sarana berkomunikasi yang sangat memudahkan manusia saat ini untuk bisa saling berkomunikasi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Dari gambar 5.1 diatas terlihat bahwa komunikasi yang sifatnya virtual dapat membentuk pola interaksi dan pola komunikasi. Secara umum, pola interaksi adalah suatu proses, cara, dan model interaksi yang dapat saling memberikan pengaruh dari adanya timbal balik untuk mencapai suatu tujuan. Kelebihan dari komunikasi secara virtual yaitu lebih efisien dari segi waktu karena hanya memerlukan jaringan internet serta media elektronik. Banyaknya fitur yang tersedia didalam twitter dapat digunakan untuk berinteraksi secara virtual. Salah satunya yaitu fitur komentar atau *reply*. Pola interaksi yang banyak arah di dalam twitter kemudian membuat fans JKT48 berantusias untuk saling mengenal melalui media sosial. Dalam kontekstualisasi Jeketi Selca Day, penulis telah melakukan observasi terhadap salah satu akun yang memiliki banyak komentar pada konten Jeketi Selca Day yaitu @Deanj1_.

Gambar 5. 2 Screenshot Komentar Pujian Pada Akun Twitter @Deanj1_



Sumber: Akun Twitter @Deanj1_. Diakses pada tanggal 23 Februari 2023

Pada gambar diatas, interaksi asosiatif dapat terlihat dari pujian dalam komentar yang diterima Dea dari fans JKT48. Seperti pada salah satu komentar pada pengguna twitter @itskindamochi: “*SELALU KEREEENNN*”, dimana komentar tersebut bermaksud memberikan pujian kepada konten Jeketi Selca Day milik Dea yang dinilai sangat keren. Setelah itu Dea membalas komentar tersebut dengan ucapan terima kasih. Selain mendapatkan sebuah komentar, melalui wawancara melalui *direct message* twitter Dea juga mengungkapkan bahwa ia juga melakukan hal yang sama untuk melakukan interaksi kepada partisipan Jeketi Selca Day.

“Cara saya berinteraksi dengan sesama fans saat Jeketi Selca Day yaitu dengan cara saling like foto/komen selca day dengan sesama fans JKT48, lalu ikut menghypenya lewat retweet, juga ikut berinteraksi lewat komentarnya. Termasuk memberi pujian, menyapa, dan mengajak berkenalan” (Dea, Fans JKT48).

Gambar 5. 3 Komentar yang Diberikan dari @Deanj1_



Sumber: Twitter. Diakses pada tanggal 24 Februari 2023

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Dea, ia mengungkapkan bahwa ia melakukan interaksi virtual di twitter dengan memberikan pujian kepada fans JKT48 yang mengikuti Jeketi Selca Day, hal tersebut dibuktikan pada gambar 5.4 bahwa Dea memberikan komentar berupa pujian kepada pengguna twitter @RossaGhea dan @diramargarethaa.

Gambar 5. 4 Fanart Jeketi Selca Day @Deanj1_



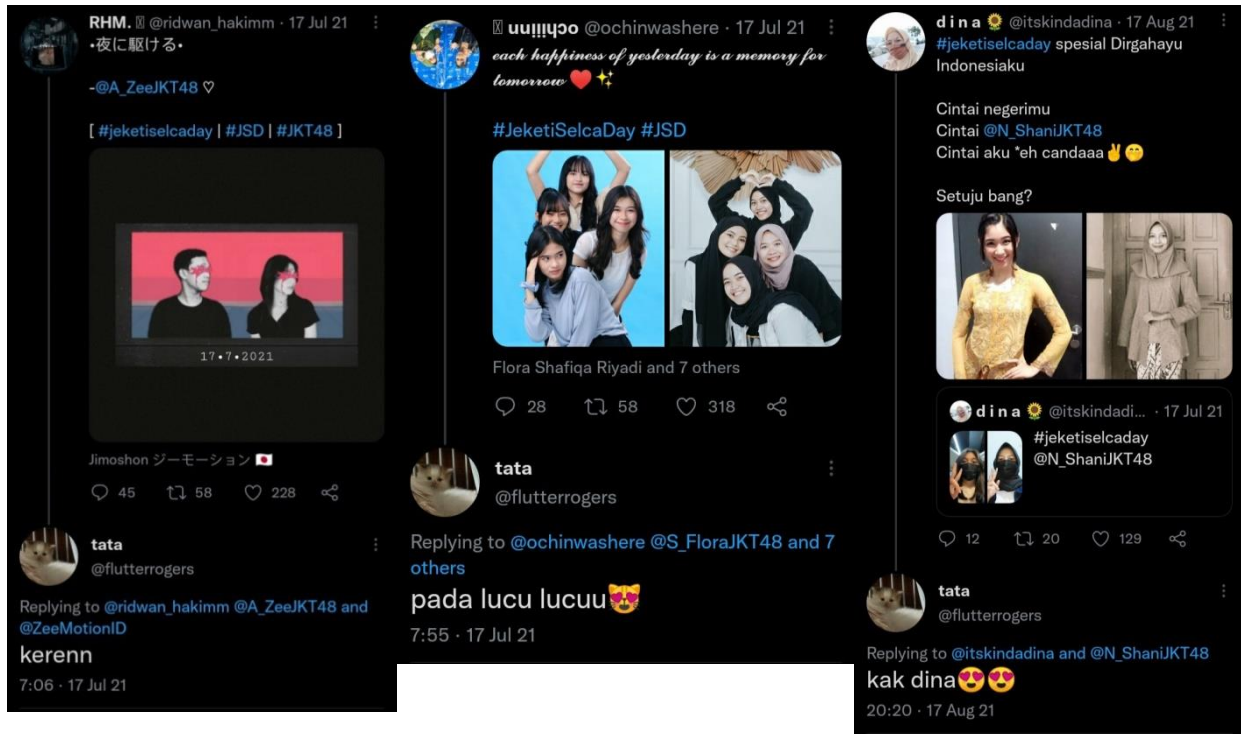
Sumber: Akun Twitter @sugarkubi. Diakses pada tanggal 23 Februari 2023

Setelah melakukan observasi mendalam, peneliti juga menemukan bahwa terdapat interaksi yang terjadi pada konten Jeketi Selca Day milik Dea pada tanggal 17 November tahun 2021, yaitu *fanart* yang dibuat oleh pengguna twitter @sugarkubi untuk Dea (@Deanj1_) melalui *quote retweet*. Selain informan Dea, melalui wawancara pada *direct message* twitter, bentuk interaksi berupa memberi pujian juga diungkapkan oleh Tata dengan nama pengguna twitter @flutterrogers:

“Aku berinteraksi melalui like, reply, sama retweet kak. Aku ngasih reply itu biasanya berupa pujian sama menyapa kak, tapi kalo yang kayak ingin berkenalan itu biasanya ke temen sesama FJKT yang udah deket sih. Konteksnya bercanda gitu” (Tata, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, Tata menjelaskan bahwa ia berinteraksi lewat komentar dengan cara memberi pujian dan menyapa fans JKT48 yang mengikuti Jeketi Selca Day dan mengajak berkenalan dalam konteks bercanda. Hal tersebut dibuktikan dengan gambar yang ada dibawah ini:

Gambar 5. 5 Bentuk Interaksi @flutterrogers di Twitter

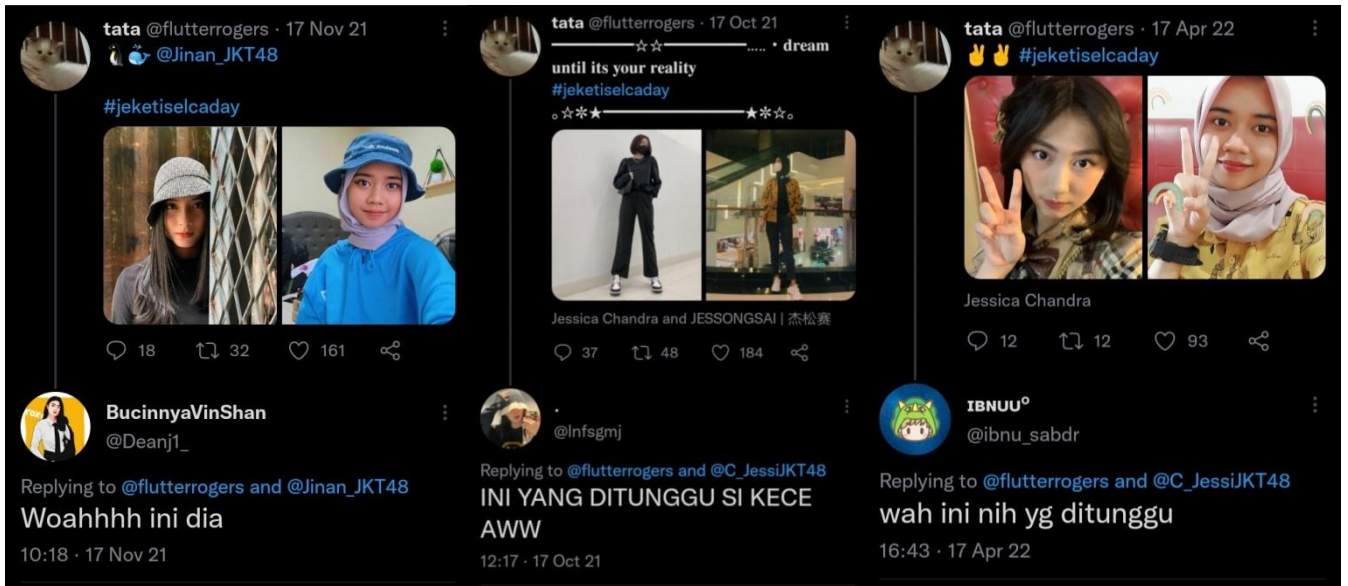


Sumber : Twitter. Diakses pada tanggal 24 Februari 2023

Sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan, pada gambar diatas merupakan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana pada gambar tersebut Tata memberikan komentar kepada fans JKT48 yang mengikuti Jeketi Selca Day berupa sapaan dan memberi pujian. Kemudian Fattah Pratama dengan nama pengguna twitter @fnprtm menjelaskan mengenai bentuk interaksinya saat Jeketi Selca Day berlangsung:

“Bisa melalui like, reply, komentar, tapi kalau aku sendiri seringkali reply dan likes kalau ada yang menarik. Misal gaya foto fansnya unik, atau mirip member. Yang sering aku lakukan sih memberi pujian, misalkan kalau cewek mungkin sedikit ada kemiripan dengan member, atau yang bulan lalu ikut, terus menarik. Nah dibulan depan misal dia ikut meramaikan lagi, trus aku komen dengan ‘ini foto yang aku tunggu’ begitu sih” (Fattah, Fans JKT48).

Gambar 5. 6 Interaksi yang diterima oleh @flutterrogers



Sumber: Akun Twitter @flutterrogers. Diakses pada tanggal 24 Februari 2023.

Pada gambar diatas merupakan tangkapan layar dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana pada gambar tersebut merupakan bentuk komentar dari konten Jeketi Selca Day yang ditunggu-tunggu oleh beberapa fans JKT48. Makna kalimat “*ini yang ditunggu*” bermaksud bahwa seseorang yang mendapat komentar tersebut berarti bahwa konten Jeketi Selca Day miliknya selalu keren dan menarik perhatian setiap bulannya, sehingga sangat ditunggu untuk konten JSD selanjutnya. Komentar seperti itu sudah sangat sering dipakai oleh fans JKT48 untuk berkomentar karena komentar tersebut bermakna bahwa konten Jeketi Selca Day yang dibuat oleh seseorang menarik sehingga sangat ditunggu pada konten-konten selanjutnya.

3. Interaksi Virtual yang Terbangun Melalui Cuitan

Selain interaksi berupa memberikan komentar dalam bentuk sapaan dan memberi pujian, adapun bentuk interaksi lain yang sifatnya juga asosiatif yang terbangun dari sebuah cuitan yang dibuat. Hal ini disampaikan oleh Ocan dengan nama pengguna twitter @soangx:

“Iya, melalui likes, reply, quote retweet, dan retweet. Saya biasanya setelah mengunggah foto untuk Jeketi Selca Day, saya langsung

mengirim tweet lagi yang berisikan ‘*Drop JSD kalian dong, mau aku hype*’, nah di tweet tsb saya meminta para Fans yang mengikuti Jeketi Selca Day untuk mengirimkan hasil foto mereka melalui kolom reply, lalu barulah saya memberikan like, reply, dan retweet pada foto-foto yang mereka kirimkan. Jikalau ada yang hasil fotonya sungguh bagus dan sungguh menghibur, saya biasanya juga meng-quote retweet biar fans-fans yang lainnya juga tau kalau kalau foto ini bagus..nah, dari situlah baru muncul interaksi dan juga percakapan – percakapan seputar foto yang telah diunggah. Biasanya saya memberikan pujian terhadap foto yang mereka unggah. Terus habis itu mereka biasanya akan mengucapkan terima kasih, setelah itu barulah terjadi obrolan-obrolan yang lain, mungkin tentang ‘*bagaimana cara melakukan foto tersebut?*’ atau mungkin ‘*itu foto dimana?*’, dll” (Ocan, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, Ocan mengungkapkan bahwa dirinya melakukan interaksi saat mengikuti JSD dengan fitur *like*, komentar, dan *quote retweet*. Selain itu ia juga menyebutkan bahwa Ocan membuat sebuah cuitan untuk menimbulkan sebuah interaksi virtual bersama Fans JKT48 dengan membuat *tweet* “*Drop JSD kalian dong, mau aku hype*”, dengan maksud bahwa Ocan mengajak fans JKT48 yang berpartisipasi dalam Jeketi Selca Day untuk menunjukkannya dalam sebuah komentar dari cuitan yang Ocan telah buat yang selanjutnya dapat Ocan *hype* dengan cara memberikan like, komentar, maupun retweet kepada fans JKT48 yang berkomentar dalam tweet nya tersebut

Gambar 5. 7 Tweet “Drop Your JSD”



Sumber: Twitter. Diakses pada tanggal 23 Februari 2023

Pada gambar diatas merupakan tangkapan layar dari akun twitter @soangx dan @flutterrogers yang sama-sama berisi tentang 'drop your JSD'. Cuitan dalam gambar tersebut memiliki maksud agar fans JKT48 bisa memberikan komentar pada *tweet* tersebut yang berisi Jeketi Selca Day miliknya. Sedangkan tujuan dari dibuatnya cuitan tersebut adalah agar pembuat cuitan tersebut dapat 'meng-hype' atau meramaikan konten Jeketi Selca Day kepada yang berkomentar pada cuitan tersebut. Istilah *hype* biasa digunakan untuk suatu hal yang sedang ramai, sedang naik, atau fenomena yang sedang viral. Dalam event Selca Day di twitter, istilah *hype* digunakan untuk meramaikan dengan cara memberi like, me-*retweet*, dan juga memberikan komentar agar konten Jeketi Selca Day milik fans JKT48 atau partisipan juga ramai yang berinteraksi. Semakin banyak bentuk interaksi yang terjadi, maka semakin banyak juga jangkauan atau yang melihat sebuah konten Jeketi Selca Day dalam timeline seseorang.

Gambar 5. 8 Komentar Pada Tweet @soangx



Sumber: Akun Twitter @soangx. Diakses pada tanggal 23 Februari 2023

Gambar diatas merupakan tangkapan layar dari hasil observasi peneliti pada cuitan akun informan Ocan @soangx pada tanggal 17 Oktober 2021. Dalam foto tersebut berisi komentar dari tweet “*Drop ur selca day here, I’ll hype*”. Komentar tersebut terdiri dari fans JKT48 yang mengikuti Jeketi Selca Day agar konten yang diunggahnya bisa ramai. Bentuk interaksi tersebut asosiatif karena dari kedua pihak saling menguntungkan satu sama lain. Pada pembuat tweet (Ocan) bisa mendapat relasi baru, sedangkan dari yang berkomentar bisa di hype Jeketi Selca Day nya serta bisa berinteraksi secara virtual.

Dari beberapa gambar, hasil wawancara, serta penjelasan diatas merupakan beberapa hasil yang ditemukan oleh peneliti selama melakukan pengamatan pada akun twitter informan yang berpartisipasi pada Jeketi Selca Day setiap tanggal 17. Bentuk interaksi yang terjadi yaitu asosiatif, dimana bentuk interaksi berupa komentar positif yang cenderung untuk saling menyapa sesama fans JKT48, mengajak berkenalan, dan juga untuk memuji kepada partisipan Jeketi Selca Day. Interaksi asosiatif dibedakan menjadi empat bentuk yaitu kerja sama (*cooperation*), akomodasi (*acomodation*), asimilasi (*asimilation*), dan akulturasi (*acculturation*). Dalam penelitian ini, interaksi yang terjadi pada fans JKT48 dalam Jeketi Selca Day merupakan bentuk akomodasi. Akomodasi yakni sebuah proses penyesuaian antara satu individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Akomodasi, bertujuan untuk mengatasi, mencegah, mengurangi kekacauan sosial. Selain itu, akomodasi dapat mencegah timbul nya konflik, menghindari persaingan tidak sehat, menyebabkan peleburan budaya, dan menjalin kerja sama antar individu atau kelompok. Akomodasi juga dapat berarti *equality* atau keseimbangan dimana di dalam masyarakat sepakat untuk tidak saling menentang yang memiliki tujuan mengurangi perbedaan paham, pertentangan dari individu maupun kelompok dalam waktu yang sementara maupun tetap.

Dalam penelitian ini, interaksi yang terjadi pada fans JKT48 dalam Jeketi Selca Day merupakan kerja sama. Dalam hidup bermasyarakat, kerja sama terbentuk dari adanya kesadaran bahwa individu memiliki kepentingan yang sama sehingga sepakat untuk melakukan kerja sama dalam rangka untuk mencapai

tujuan bersama. Charles H. Cooley dalam Abdulsyani (2002) menjelaskan bahwa kerjasama terjadi karena individu menyadari bahwa masing-masing memiliki kesamaan kepentingan dan menyadari bahwa mempunyai kecukupan pengendalian untuk memenuhi kepentingan tersebut. Dari kegiatan Jeketi Selca Day di twitter, bentuk kerja sama yang terjadi yaitu adanya *spontaneous cooperation* atau kerja sama spontan, dalam artian bentuk kerja sama yang terjadi tanpa adanya pertimbangan.

B. Dampak Jeketi Selca Day Dalam Kehidupan Virtual Fans JKT48

Fungsi utama pada keberadaan media sosial merupakan sebagai kanal untuk menyampaikan isi, dan gagasan yang dipikirkan oleh manusia. Menurut Mc Quail (2012:106) fungsi dari media mencakup tiga hal yang pertama sebagai tempat tersedianya informasi tentang suatu peristiwa serta kondisi yang terjadi didalam masyarakat. Kedua, untuk menunjukkan sebuah kekuatan dan hubungan. Ketiga, untuk memberi wadah bagi seseorang untuk berinovasi, bertumbuh, dan beradaptasi. Dalam penelitian ini, media sosial yang digunakan oleh fans JKT48 untuk berinteraksi dengan idolanya maupun dengan sesama fans JKT48 yang lainnya atau dalam event Jeketi Selca Day adalah menggunakan Twitter. Adapun beberapa dampak positif dengan adanya kegiatan virtual Jeketi Selca Day dalam tagar #JeketiSelcaDay bagi fans JKT48 terutama bagi yang ikut berpartisipasi yaitu dapat meningkatkan kepercayaan diri di media sosial dan kecintaan pada diri sendiri, menambah dan memperluas relasi, serta dapat bertemu secara tatap muka dengan fans JKT48 yang sebelumnya hanya dikenal melalui twitter saja.

1. Meningkatkan Kepercayaan Diri dan *Self Love*

Fans JKT48 mempunyai kegiatan virtual rutin yang dilakukan dalam twitter di setiap tanggal 17 setiap bulannya yaitu Jeketi Selca Day atau bisa juga disingkat dengan JSD. Inti dari kegiatan virtual ini yakni dengan menempatkan foto diri sendiri yang disandingkan di sebelah foto idola mereka di JKT48 dan mempostingnya dalam *tweet* atau cuitan twitter dengan menambah *hashtag* #JeketiSelcaDay dalam *captionnya*. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan eksistensi dan apresiasi fans JKT48 terhadap idolanya di JKT48. Adapun poin yang menonjol dari adanya kegiatan Jeketi Selca day sendiri salah satunya adalah

untuk belajar mencintai diri sendiri dan meningkatkan *self esteem* serta kepercayaan diri untuk mengunggah foto diri sendiri di samping idolanya.

Michener dan Delamater (1999) dalam (Septina, 2022:69) menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai harga diri atau *self esteem* yang tinggi mempunyai sikap yang terbuka, asertif, sangat percaya diri, serta mudah untuk mengekspresikan diri. Murk (2006) menjelaskan jika pada era yang serba digital saat ini, segala sesuatu diperlihatkan kedalam publik melalui media sosial. Kemudahan yang dirasakan juga dapat berdampak negatif seperti adanya keinginan setiap individu untuk merasa berharga dan mampu, dan hal inilah yang membuat orang sering membanding-bandingkan dirinya sendiri dengan orang lain. Oleh sebab itu apabila ketika seseorang menemukan selebriti yang dijadikan sebagai sosok idola idealnya, mereka akan cenderung untuk mencari dan mengikuti segala informasi tentang idola favoritnya untuk menaikkan kepercayaan diri. Oleh karena itu, seorang penggemar harus melihat sisi positif yang ada pada idolanya, meliputi kepercayaan diri, usaha dan kerja kerasnya, sikap pantang menyerah, kelebihan dan kemampuan yang dimiliki, serta perilaku sehari-hari. Kepercayaan diri yang terbentuk dari Jeketi Selca Day diungkapkan oleh informan Eril:

“Menambah rasa percaya diri iya kak, dulu saya bener-bener anti banget buat foto, kalau sekarang ya mulai dikit-dikit ada kepercayaan diri di depan kamera. Kalau saya di waktu itu pernah dapet pasangan dari jsd kak” (Eril, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada 12 Februari 2023, Eril dengan nama pengguna twitter @_eriruuu mengungkapkan bahwa dirinya anti untuk berfoto dan bukan tipe seseorang yang narsis. Akan tetapi dengan Eril mengikuti event Jeketi Selca Day di twitter, ia menjadi mempunyai kepercayaan diri sedikit demi sedikit terutama saat berada di depan kamera. Selain itu Eril juga mengungkapkan bahwa ia mendapatkan pasangan karena berpartisipasi dalam Jeketi Selca Day di twitter karena kepercayaan diri yang dimilikinya. Memiliki peningkatan kepada kepercayaan diri juga disampaikan oleh informan David dengan nama pengguna twitter @dapiddddddddddd dalam wawancara melalui *direct message* pada 9 Februari 2023.

“Pengaruhnya sangat bagus si kak, kaya dari jeketi selca day sendiri aku bisa lebih pd lagi untuk mengunggah foto sendiri di twitter, bisa mengapresiasi foto temen yang mengikuti jeketi selca day ini” (David, Fans JKT48).

David mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang dirasakan setelah mengikuti Jeketi Selca Day yaitu menambah kepedan atau kepercayaan diri untuk *upload* foto pribadinya ke dalam twitter. Selain itu, David juga mengungkapkan bahwa ia juga bisa memberikan apresiasi untuk foto temannya yang diunggah di twitter disaat mengikuti Jeketi Selca Day agar temannya juga bisa lebih percaya diri. Memberikan apresiasi kepada orang lain merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri karena adanya penerimaan sosial dimana dalam hal ini penerimaan sosial berasal dari fans JKT48 itu sendiri. Sama halnya dengan Eril dan David, informan Dea juga mengungkapkan hal yang sejalan dengan adanya dampak dari Jeketi Selca Day bagi kepercayaan diri.

“Pengaruhnya, mutual saya bertambah banyak, bisa lebih banyak berinteraksi dan kenalan dengan banyak fans jeketi, dan pelan-pelan cukup menaikkan *self confidence* saya” (Dea, Fans JKT48).

Dalam hasil wawancara diatas, Dea dengan nama pengguna @Deanj1_ mengungkapkan bahwa selain menambah mutual di twitter untuk bisa lebih banyak berinteraksi dengan fans JKT48, juga meningkatkan *self confidence* pada dirinya. *Self confidence* sendiri memiliki arti lain sebagai kepercayaan diri berkaitan dengan bagaimana seseorang untuk menghadapi berbagai masalah serta bagaimana untuk memperjuangkan keinginannya (Sholiha, 2020). Jadi *self confidence* disimpulkan bahwa kondisi dimana seseorang untuk dapat mengevaluasi serta memberikan keyakinan pada kemampuan yang dimiliki untuk bertindak dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai. Anthony (2009) menjelaskan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada seseorang:

- 1) Faktor Internal

- a. *Self Esteem* (Harga Diri)

Harga diri termasuk kedalam komponen afektif yaitu penilaian individu terhadap dirinya yang membentuk cara penerimaan

terhadap harga diri seseorang. Tingkat dari *self esteem* pada seseorang juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri suatu individu.

b. Konsep Diri

Kepercayaan diri pada awalnya terbentuk dari berkembangnya konsep diri yang didapatkan dari pergaulan dalam sebuah kelompok. Menurut Risnawita dan Ghufroon (2020) konsep diri merupakan sesuatu yang dirasakan dan dipikirkan tentang dirinya sendiri.

c. Pengalaman Hidup

Menurut Anthony (2009), pengalaman pada masa lalu seseorang bisa mengembangkan kepribadian. Pengalaman juga menjadi faktor munculnya kepercayaan diri.

d. Penampilan Fisik

Seseorang yang mempunyai penampilan fisik yang menarik (*good looking*) terkadang lebih sering mendapatkan perlakuan yang lebih baik. Penampilan fisik itulah yang menyebabkan dapat mempengaruhi harga diri serta kepercayaan diri pada seseorang.

2) Faktor Eksternal

a. Lingkungan

Dalam lingkungan masyarakat, faktor yang mempengaruhi berupa adanya penerimaan sosial atau diterima oleh masyarakat. Sedangkan dari lingkungan keluarga yang ada berupa sebuah dukungan dari anggota keluarga itu sendiri untuk bisa saling berinteraksi dengan baik untuk menciptakan rasa nyaman kepercayaan diri yang tinggi.

b. Pendidikan

Tingkat pendidikan pada tiap individu dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Seseorang yang memiliki

pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri lebih karena mempunyai status sosial dalam masyarakat.

c. Pekerjaan

Dari sebuah pekerjaan, seseorang dapat mengembangkan kreativitasnya, kemandirian, dan juga membangun kepercayaan diri. Rasa percaya diri dapat muncul karena kemampuan untuk mengembangkan kemampuan pada diri sendiri. (Yulinar and Diri 2022)

Jumlah komentar positif serta *like* yang diterima juga dapat membuat seseorang merasa bahwa dirinya mendapat dukungan dari orang lain serta dapat mengevaluasi dirinya secara positif juga. Menurut Harry S. Sullivan (1953), jika seseorang menerima, menghormati, dan menyukai diri kita, maka kita juga dapat cenderung menyayangi dan menerima diri sendiri. Dalam hal berkaitan dengan Jeketi Selca Day, terdapat peran penting yang ada dari bentuk partisipasi interaksi yang terjadi antara fans JKT48 berupa komentar positif, suka atau likes, serta retweet yang bisa membangun *self love* seseorang. *Self love* sendiri dapat diartikan sebagai bentuk penerimaan diri mulai dari potensi yang dimiliki, keadaan fisik, serta kesadaran yang membuat seseorang dapat percaya diri dan mampu melakukan sesuatu dengan kehendak pribadi. Informan Tata dengan nama pengguna twitter @flutterrogers mengungkapkan bahwa Jeketi Selca Day merupakan tempat untuk bisa meningkatkan kecintaan pada diri sendiri.

“Dampak positifnya itu bisa menambah relasi dan juga sebagai ajang *self-love*” (Tata, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara dengan Tata diatas pada tanggal 9 Februari 2023 melalui direct message twitter, ia menjelaskan bahwa selain dapat menambah relasi melalui Jeketi Selca Day juga bisa sebagai ajang *self love*. Jadi seseorang yang mempunyai *self love* atau kecintaan pada dirinya sendiri dapat menampilkan dirinya dengan kesan yang *positive vibes*, dapat menghargai adanya kekurangan, serta mempunyai belaskasih pada diri sendiri. *Self love* dapat didapatkan dari pengetahuan diri, penerimaan diri, keberadaan diri, transedensi diri, dan pembaruan diri (Septiana et al. 2021). *Self love* dalam Jeketi Selca Day yang ada

berupa rasa percaya diri karena menyandingkan foto diri sendiri dengan idola di JKT48 tanpa merasa kurang pada diri sendiri. Kepercayaan diri untuk mengekspos dirinya pada media sosial juga disampaikan oleh informan Ranchika dengan nama pengguna twitter @ranchikaaa.

“Dampak positif nya bisa mengenal sesama fans dengan adanya interaksi yang lebih luas dan baru terus juga membuat mungkin beberapa orang akan lebih percaya diri untuk mengekspos dirinya ke social media. Dalam artian untuk selca ini tidak musti yang good looking aja yang ikutan bisa ikut mungkin dengan foto - foto yang lucu juga, dan kreatif” (Ranchika, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas dengan Eril, David, Tata, Dea, dan Ranchika dapat dilihat bahwa dengan melakukan kegiatan *idoling* yang sifatnya positif, seseorang mampu untuk meningkatkan kepercayaan dirinya sendiri. Selain fans JKT48 memperoleh kesenangan disaat melakukan kegiatan *fanboying* atau *fangirling* terhadap oshi atau idolanya serta berbagai kegiatan di per fandoman dan di JKT48, seorang penggemar juga bisa menjadikan idolanya sebagai *role model* yang positif bagi kehidupannya. Mengikuti Jeketi Selca Day yang ada di twitter bukanlah keharusan bagi seseorang dengan memiliki fisik yang sempurna saja, akan tetapi dengan kreatifitas, kepercayaan diri, dan motivasi yang baik dapat membawa dampak yang positif juga bagi fans JKT48 serta *idol group* JKT48 itu sendiri.

2. Menambah Relasi

Dengan mengikuti Jeketi Selca Day hubungan pertemanan diantara fans JKT48 yang satu dengan lainnya menjadi bertambah erat sedikit demi sedikit seiring waktu dengan saling mengenal satu sama lain. Dari perkenalan tersebut dapat menimbulkan sebuah interaksi yang bisa membuat sesama fans JKT48 menjadi teman dan terbangun hubungan yang semakin akrab. Keuntungan yang ada pun semakin lebar karena fans JKT48 mempunyai kesukaan dan visi yang sama untuk mendukung *idol grup* JKT48 kesukaan mereka, serta mempunyai kesempatan untuk berteman dengan mengobrol tentang seputar idola. Mengidolakan seorang selebriti khususnya mengidolakan JKT48 dapat menjadikan seorang individu memperoleh banyak teman yang mempunyai

kesukaan pada idola yang sama, sehingga seorang individu dapat mampu meningkatkan kemampuan dalam bersosialisasi. Seperti yang dijelaskan oleh Caca dengan nama pengguna twitter @hasacaa_ :

“Sejauh ini jadi lebih banyak teman virtual terus main twitter juga makin seru karena bisa banyak berinteraksi sama orang-orang. Kalau dampak positifnya jadi lebih akrab dan tau wajah-wajah mutual yang cuma posting foto diri sendiri kalau ada JSD aja. Terus kalau JSD juga kan biasanya ada aja beberapa orang yang follow gitu jadi bisa nambah teman lagi” (Caca, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, Caca mengungkapkan melalui Jeketi Selca Day ia dapat mengenali sosok dibalik pemilik akun seseorang yang merupakan Fans JKT48. Hal tersebut dikarenakan jika dalam event virtual JSD foto yang diunggah merupakan foto diri sendiri, jadi Caca dapat berinteraksi dengan fans JKT48 karena sudah mengenalinya. Mengenali seseorang dari foto juga diungkapkan oleh Fattah dengan nama pengguna @fnprtm dalam wawancara melalui *direct message* twitter.

“Lebih ke punya banyak relasi sih. Soalnya pasang muka asli kan di selca itu. Jadi orang juga lebih mudah mengenali, jadi gak cuma kenal dari chat atau sosmed, tapi kenal muka walaupun dari foto aja. Dampak positifnya ya bisa kenal sama orang-orang baru yang sehoobi, sefrekuensi juga. Misal nanti ada perlu di kota tersebut paling enggak ada yang dikenal, jadi gak clueless banget nantinya” (Fattah, Fans JKT48).

Fattah menjelaskan bahwa dampak dari adanya Jeketi Selca Day adalah ia bisa menambah relasinya yang berawal dari mengenali wajah seseorang melalui foto yang diunggah saat Jeketi Selca Day berlangsung. Jadi Caca dan Fattah sama-sama mengungkapkan hal yang sama bahwa berasal dari foto yang diunggah kemudian fans dapat mengenali wajah asli fans JKT48 lainnya. Dengan begitu setelah mengenalinya, interaksi dapat muncul melalui sebuah obrolan, komentar, dan dengan telah mengenalinya relasi pun juga dapat bertambah walaupun berawal dari interaksi virtual di twitter. Menambah relasi juga diungkapkan oleh Ocan dengan nama pengguna @soangx dalam wawancara melalui *direct message* twitter:

“Dampak positifnya saya jadi punya banyak teman sih kak..terutama teman-teman yang sehoobi dan sepemikiran, jadi itu sungguh menambah relasi banget. Pengaruhnya ya saya jadi punya

teman untuk mengobrol dan membahas hal – hal tentang JKT48”
(Ocan, Fans JKT48).

Ocan mengungkapkan bahwa dengan Jeketi Selca Day, ia menjadi mempunyai teman yang memiliki frekuensi dan hobi yang sama dalam mengidolakan JKT48 untuk saling mengobrol serta membahas tentang idolanya di JKT48. Dengan menambahnya relasi dari sebuah hobi yang sama maka suatu informasi dapat tersampaikan dan diterima dengan mudah dan cepat. Hal lain diungkapkan oleh Tata dengan nama pengguna twitter @flutterrogers:

“Pengaruhnya setelah mengikuti JSD bagi kehidupan virtualku membuat aku menambah relasi kak, contohnya kenal sama si A nih eh ternyata satu kampus. Bermula dari JKT48 bisa nemu teman sekampus dan bisa jadi temen real life gitu kak” (Tata, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas, Tata mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang didapat setelah mengikuti Jeketi Selca Day terhadap relasinya yakni tidak sengaja menemui teman yang satu kampus dengannya. Hal tersebut dikarenakan adanya pengenalan identitas dari konten dan foto yang diunggah pada Jeketi Selca Day, setelah itu terjadi interaksi yang lebih intens hingga pada akhirnya menjadi teman di *real life* nya. Teman *real life* memiliki arti seorang teman yang berada di kehidupan nyata dan interaksi yang berlangsung secara bertatap muka. Mendapat relasi sesama fans JKT48 dalam satu daerah juga dikonfirmasi oleh David:

“Banyak kak dampak positifnya, selain dari mengenal banyak orang baru dari luar daerah kita, dengan adanya jeketi selca day juga kita bisa nemuin orang yang satu domisili dengan kita, yang dulu kita gatau jadi tau kalau ada fans JKT48 di domisili kita kak” (David, Fans JKT48).

David dengan nama pengguna twitter @dapidddddddddd menjelaskan bahwa selain bisa menambah relasi dari luar daerah, melalui Jeketi Selca Day juga dapat menemukan sesama fans JKT48 yang ada pada daerahnya tempat tinggalnya sendiri. Hal tersebut dikarenakan bermula dari adanya interaksi, perkenalan, hingga pada tahap identifikasi dan saling mengenal satu sama lain yang terjadi di twitter. Hal serupa juga diungkapkan oleh Dea dengan nama pengguna twitter @Deanj1_:

“Dampak positifnya, bisa nambah relasi sih, jadi lebih kenal sama fans JKT48 lainnya dari berbagai kalangan dan daerah” (Dea, Fans JKT48).

Dari hasil wawancara diatas dengan informan Caca, Dea, Ocan, Tata, Fattah, dan David, peneliti memperoleh temuan bahwa fans JKT48 menunjukkan adanya sebuah pertemanan yang terjalin diantara sesama penggemar. Karena dengan adanya fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day dan saling berinteraksi satu sama lain, dari keenam informan bisa mendapatkan teman baru serta relasi yang lebih luas. Kegiatan virtual Jeketi Selca Day sendiri bukan suatu kegiatan yang wajib diikuti oleh seluruh fans JKT48 di twitter, akan tetapi kegiatan Jeketi Selca Day selalu berhasil untuk menarik perhatian fans JKT48 lainnya untuk ikut berpartisipasi pada setiap bulannya. Dalam hal ini, terdapat sebuah tujuan yang tercapai yang berasal dari tindakan rasional instrumental bagi fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day. Keinginan mereka berasal dari pemikiran yang logis dan rasional untuk mencapai atau mewujudkan tujuannya yaitu mendapatkan relasi baru dengan mengikuti Jeketi Selca Day di twitter.

3. Dapat Bertemu Dengan Sesama Fans JKT48 Secara Tatap Muka

Menurut Castells (1996) selain dengan ditandainya dengan perkembangan teknologi informasi, era revolusi informasi juga ditandai dengan munculnya kebudayaan virtual riil yaitu sistem yang dimana realitas sosial budaya sepenuhnya dapat tercakup. Masyarakat yang awalnya hanya berinteraksi secara tatap muka dalam ruang nyata, dengan hadirnya internet dapat memudahkan interaksi dengan siapapun tanpa batasan ruang atau tidak secara tatap muka (Annisarizki, 2018). Dalam artian, pada era masyarakat post industrial, realitas sosial bahkan digantikan oleh realitas yang sifatnya virtual atau realitas *cyberspace*. Media sosial merupakan sebuah sarana yang bisa digunakan oleh penggunaannya untuk bersosial satu sama lain termasuk adanya konsekuensi dari efek hubungan sosial yang bersifat virtual. Karakteristik dari media sosial sendiri adalah pada setiap penggunaannya dapat membentuk jejaring pertemanan, baik bagi pengguna yang sudah saling mengenal satu sama lain maupun membentuk sebuah komunitas atau pertemanan baru. Karena adanya media sosial, seseorang dapat

lebih mudah mendapatkan teman dengan orang lain bahkan hingga mencakup seluruh dunia. Dalam penelitian ini, Jeketi Selca Day yang terjadi dalam media sosial twitter memberi dampak positif, salah satunya Fans JKT48 dapat bertemu dengan fans JKT48 lainnya yang sebelumnya belum pernah ditemui secara langsung dan hanya mengenal melalui media sosial twitter saja, dan menjadi dapat bertemu secara tatap muka (*meet up*). Bertemu secara tatap muka atau *meet up* dengan fans JKT48 diungkapkan oleh informan Dea dengan nama pengguna @Deanj1_ dalam wawancara dari *direct message* twitter.

“Ada yang hanya sebatas virtual, ada juga yang udah sampai meet up” (Dea, Fans JKT48).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Tata dengan nama pengguna twitter @flutterrogers:

“Interaksi dengan sesama FJKT48 ada yang sampai bertemu kak” (Tata, Fans JKT48).

Selain Dea dan Tata, informan Ocan juga menjelaskan bahwa dirinya sudah pernah bertemu secara tatap muka atau meet up dengan Fans JKT48 yang pernah mengikuti Jeketi Selca Day disaat menghadiri konser 11 tahun JKT48 di Kota Semarang pada bulan Desember tahun 2022 lalu. Dalam wawancara melalui *direct message*, Ocan menjelaskan:

“Untuk beberapa orang masih sebatas virtual saja kak, tapi beberapanya lagi sudah pernah bertemu secara langsung, contohnya ketika saya menghadiri konser ulang tahun ke-11 tahun JKT48, saya bertemu dengan teman-teman saya di twitter yang semuanya pernah mengikuti Jeketi Selca Day ini” (Ocan, Fans JKT48).

Fattah Pratama dengan nama pengguna twitter @fnprtm juga mengungkapkan bahwa ia juga pernah bertemu dengan fans JKT48 yang pernah mengikuti Jeketi Selca Day di twitter disaat konser Anniversary ke 11 tahun JKT48 di Kota Semarang.

“Mayoritas virtual ya, karena mungkin beda-beda daerah gitu. Tapi ada yang pernah ketemu di suatu event JKT48, yaitu di anniversary ke 11 kemarin. Jadi ketemuanya agak aneh kok bisa ngenalin. Ternyata tau dari JSD” (Fattah, Fans JKT48)

Dalam komunitas sosial yang ada pada dunia nyata yang bisa melakukan perkumpulan dan pertemuan dengan membuat suatu janji untuk bisa saling menentukan kesepakatan waktu dan tempat untuk berkumpul. Sedangkan berbeda dari komunitas dunia virtual yang setiap orang dapat bertemu dengan orang lain kapan pun dengan sangat mudah. Perubahan pada masyarakat yang dahulu hanya mengenal interaksi secara tatap muka atau *face to face*, akan tetapi pada masa sekarang seseorang bisa berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial. Pertemuan dengan seseorang bisa terjadi kapan saja dan dimana saja dengan cara yang tak terduga. Seperti informan Dea, Tata, Ocan, dan Fattah yang bisa bertemu dengan fans JKT48 lain yang berawal dari media sosial twitter. Melalui proses interaksi yang berlangsung dengan antar fans JKT48 lainnya melalui Jeketi Selca Day, kemudian melalui ruang obrolan hingga pada akhirnya memutuskan untuk bertemu secara tatap muka (*face to face*), atau dengan istilah lain yakni *meet up* atau kopi darat.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi para Fans JKT48 untuk mengikuti event Jeketi *Selca Day* yang mendorong terjadinya sebuah interaksi virtual antar komunitas Fans JKT48 di media sosial twitter adalah dipengaruhi oleh Tindakan Sosial oleh Max Weber. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan rasional fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day adalah karena keinginan untuk dikenal fans JKT48 yang memiliki nama besar dalam *fandom*, keinginan untuk mendapatkan relasi baru, keinginan untuk meramaikan dan menaikkan tagar, keinginan meningkatkan eksistensi *fandom* Fans JKT48 kepada masyarakat umum, keinginan untuk menambah *followers*, keinginan agar dikenal oleh member JKT48, keinginan untuk menaikkan engagement akun twitter pribadi, serta adanya keinginan untuk menjadi pusat atensi di media sosial twitter. Sedangkan tindakan afektif fans JKT48 mengikuti Jeketi Selca Day adalah karena adanya loyalitas yang ingin ditunjukkan kepada idola di JKT48, adanya perasaan senang yang dirasakan saat di *notice* oleh idola, dan adanya rasa sayang kepada idolanya sehingga terdapat *support* atau dukungan yang dilakukan.

Selain itu, bentuk interaksi partisipasi komunitas Fans JKT48 dalam tagar #JeketiSelcaDay adalah interaksi secara virtual melalui fitur yang ada di twitter seperti *likes*, *reply*, dan *retweet*. Interaksi virtual yang terbangun dapat melalui sebuah konten Jeketi *Selca Day* yang ada maupun melalui *tweet* ‘*Drop Your JSD*’ yang dibuat oleh Fans JKT48 untuk menarik Fans JKT48 yang lainnya agar saling berinteraksi. Bentuk interaksi virtual oleh para Fans JKT48 bersifat **asosiatif**, dimana bentuk interaksi berupa komentar positif yang cenderung untuk saling menyapa sesama fans JKT48, mengajak berkenalan, dan juga untuk memuji kepada partisipan Jeketi Selca Day.

B. Saran

Sebagaimana berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, adapun saran yang dapat dilakukan, yaitu perlunya dilakukan studi yang lebih mendalam tentang interaksi sosial yang sifatnya virtual pada era digital saat ini khususnya dalam suatu komunitas atau fandom online. Studi tersebut seperti dilakukannya riset mengenai kegiatan virtual yang melibatkan maupun menimbulkan interaksi dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adi Prasetyo Arista, R. S. (2013). *Panduan Cepat Menguasai Twitter*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- A.M Henderson, Talcott Parsons. (1947). *Max Weber : The Teory of Social and Economic Organization*. New York: Oxford University Press, Hlm 115
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS.
- Hanif Zaid, Y. S. (2021). *Teori Komunikasi Dalam Praktik*. Banyumas, Jawa Tengah: Zahira Media Publisher.
- Ni'matuzahroh, Susanti Prasetyaningrum. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Malang: UMMPress.
- Sulianta, F. (2013). *Twitter for Bussiness*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wirawan, I. (2012). *Max Weber: Teori-teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

B. Artikel

- Abdullah, Siti Nuralfia. (2020). "Interaksionisme Simbolik Perempuan Muslim Dalam Aksi Gejayan Memanggil". *Jurnal Ilmiah Syi'ar* Vol 19 (2): 151-167.
- Afifah, Eza Okta, and Triarona Kusuma. (2019). "Analisis Komunikasi Antar Penggemar Seventeen Sebagai Cyberfandom di Twitter". *Jurnal MediaTor* Vol 12 (1): 71–80.
- Afifah, Fatichatul. (2022). "Motivasi Penggunaan Tas Sampah di SDN Kendalpayak: Analisis Tindakan Sosial Teori Max Weber". *Ibtidaiyyah : Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah* 1 (1): 47–62.
- Annisarizki. (2018). "Makna Tinder Sebagai Tempat Mendapatkan Teman Hidup". *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 6(1): 1-14.
- Aulia, Felly, and Anindita Susilo. (2022). "Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa Di Jakarta". *Journal of New Media and Communication* Vol 1 (1): 58–73.
- Ayudia, Edi Suryanto, Budhi Waluyo. (2016). "Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Laporan Hasil Observasi Pada Siswa SMP". *Basastra Jurnal Penelitian Bahasa*. Vol 4 No 1, Halaman 34-49.
- Annisa, Sera. (2018). "Studi Netnografi Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment di Instagram". *Jurnal ASPIKOM* Vol 3(6) Hlm 1109-1123.
- Azzahra, Salsabila. (2020). "Persepsi Pengguna Twitter Terhadap Kepribadian Merek dan Korelasinya Dengan Social Media Engagement". *Jurnal Gama Societa* Vol 4 No 1: 19-28

- Muharman, Nadia, Riska Wahyuni. (2019). "Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tantan Dalam Menjalinkan Relasi Pertemanan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh)". *Jurnal Peurawi* Vol 2 No 2: 16-27.
- Kurniawan, Andree Tiono. (2015). "Perkembangan Jiwa Agama Pada Anak". *Jurnal Elementary* Vol 1 No 1 : 69–80.
- Andhira Diffa Andhira M M. (2022). "Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Penggemar BTS (Bangtan Boys)". *Jurnal Penelitian Psikologi* Vol 9 No 8: 34-43.
- Bin, Muhammad Alkatiri Awad, and Adinda Nada Nasution. (2020). "Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal di Media Sosial Twitter". *CoverAge: Journal of Strategic Communication* Vol 11(1) Hlm 19-26.
- Hakim, Rahayu Marini, and Ahmad Fatoni. (2020). "Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Ddu Ddu)". *Jurnal Scriptura* 10 (1): 15–23.
- Harrera, Andrea Eka Premasadhya. (2016). "Pemanfaatan Media Sosial Twitter Oleh Ridwan Kamil Dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai Dengan Fungsi Utama Media Massa". *Jurnal The Messenger* Vol 8 (2): 52.
- Kurniawan, Andree Tiono. (2015). "Perkembangan Jiwa Agama Pada Anak". *Jurnal Elementary* Vol 1 No 1 : 69–80.
- Muharman, Nadia, Riska Wahyuni. (2019). "Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tantan Dalam Menjalinkan Relasi Pertemanan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh)". *Jurnal Peurawi* Vol 2 No 2: 16-27.
- Mulya, Siti Ntara Muthmainah, and Ahmad Mulyana. (2022). "Parasocial Interactions: JKT48 Fans in Forming Relations with Idols and Social Environment." *Journal of Social and Political Sciences* 5 (3): 108–115.
- Mulya, Siti Ntara Muthmainah, Tomohardjo, Irmulan Sati. (2020). "Pengalaman Pembentukan Konsep Diri Penggemar Dalam Mengikuti Kegiatan Idol You Can Meet di Theater JKT48 Jakarta". *Jurnal Visi Komunikasi* 19 (2): 152–69.
- Muslim, Asrul. (2013). "Interaksi Sosial Dalam Masyarakat Multietnis". *Jurnal Diskursus Islam* 1 (3): 1–11.
- Panggabean, Amestia Prasinata. (2017). "Kualitas Interaksi Sosial Antara Penjual Dan Pembeli Di Taman Pintar Book Store Yogyakarta". *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi* 2 (2): 106-118.
- Prahesti, Vivin Devi. (2021). "Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD". *An Nur : Jurnal Studi Islam* Vol 13(2): 137–152.
- Purbasari, Suharno. (2019). "Sosial, Interaksi, Etnis Cina-jawa Kota Surakarta". *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya* Vol 21 (1): 1–9.

- Purnamasari, Dian. (2017). "Konsep Diri Pada Penari Andorgini (Studi Kasus Pada Kelompok Penari Laki-Laki WAP Crew)". *Jurnal Komunikasi* 53 (9): 1–15.
- Putraji, Zulfi Ikhsan. (2022). "Aktivisme Twitter: Crowdsourcing Melalui Tagar #100JutaMaskerChallenge". *Jurnal Komunikasi Profesional* 6 (4): 303–319.
- Sagita, Afitia, Donie Kadewardana. (2018). "Hubungan Parasosial Di Media Sosial (Studi Pada Fandom Army Di Twitter)". *Journal of Strategic Communication* 8 (1): 45–58.
- Sari, Ratna Permata. (2019). "Fandom Dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja". *Jurnal Komunikasi* 6(2), 79-90.
- Septiana, Nila Zaimatus, Jesi Darina. (2021). "Membangun Self Love Pada Remaja Pengguna Instagram Ditinjau Dari Perspektif Dramaturgi (Studi Fenomenologi Remaja Pengguna Instagram Di Desa Ngebrak)". *SHINE: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 2(1): 1–17.
- Setiawan, Yosephine, Tia Saraswati. (2017). "Perilaku Konsumtif dan Pemujaan Terhadap Idol Group JKT 48 : Studi Kasus 6 Anggota Fanbase Wani Surabaya". *Japanology* Vol 5 (2): 266–79.
- Sholiha, Aulia, Lailatuzzahro A. A . (2020). "Hubungan Self Concept Dan Self Confidence". *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan* Vol 7.1 Hlm 41–55.
- Sisrazeni. (2018). "Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 Iain Batusangka". *Proceeding IAIN Batusangkar* 1(2, 437–48.
- Siti Rahma Harahap. (2020). "Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19". *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan* Vol 11 (1): 45–53.
- Soraya, Iin. (2017). "Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)". *Jurnal Komunikasi* Vol 8 (2): 30–38.
- Takriyuddin, H., Mukmin Z., Yunus M. (2016). "Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah* Vol 1 no 1: 49-60.
- Vera, Nawiro, Wihardi, Doddy. (2023). "Jagongan Sebagai Bentuk Komunikasi Sosial Pada Masyarakat Solo dan Manfaatnya Bagi Pembangunan Daerah". *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* Vol 2 (2): 40-46.
- Xiao, Angeline. (2018). "Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat". *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 7(2): 94-99
- Yulinar, Sari Selviana. (2022). "Pengaruh Self Image Dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Yang Mengunggah Foto Selfie Di Media Sosial Instagram Mengunggah Foto Selfie Di Media Sosial Instagram Diterima". *Jurnal IKRAITH-*

Humaniora 6 (1): 37–45.

Zanki, Haritz Asmi. (2020). “Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik)”. *Scolae: Journal of Pedagogy* 3 (2) Hlm 115-121.

Zukhrufillah, Irfani. (2018). “Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif”. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol 1 (2): 102.

C. Skripsi

Afifah, N. A. (2022). “Analisis Parasosial dan Loyalitas Fans EXO di Masa Wajib Militer”. *Skripsi*. Jurusan Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Angraini, D. (2022). “Fungsi Twitter Sebagai Ruang Aman Dalam Kebebasan Berekspreasi di Kalangan Remaja Kelurahan Lubang Buaya Kecamatan Cipayung Kota Jakarta Timur”. *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Maghfiroh, M. (2021). “Interaksi Pendatang Dengan Masyarakat Lokal (Studi di Kampung Inggris Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)”. *Skripsi*. Jurusan Sosiologi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Tjahyana, Lady Joanne. (2020). “Gerakan Opini Digital #TrueBeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon”. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Petra Christian University.

Vidya Audina G Arinda. (2021). “Selca Day Sebagai Aktivitas Komunitas Online Penggemar Kpop Perempuan Di Twitter”. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rika, Widya Risyadi. (2017). “Dampak Keberadaan JKT48 Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Fans JKT48 Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus di Komunitas JFUIN)”. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara

1. Menurut anda, apa yang membuat twitter itu berbeda dengan media sosial lain seperti Instagram, Facebook, dll?
2. Sudah berapa lama anda menjadi Fans JKT48?
3. Apa yang anda ketahui tentang Jeketi Selca Day?
4. Bagaimana cara anda untuk melakukan interaksi dengan sesama Fans JKT48 saat Jeketi Selca Day berlangsung?
5. Setelah mengikuti Jeketi Selca Day, apakah interaksi anda dengan Fans JKT48 yang terjadi sifatnya hanya sebatas virtual saja atau berlanjut hingga *real life* atau *meet up*?
6. Apa dampak positif dengan adanya Jeketi Selca Day bagi relasi anda? Apakah terdapat sebuah komunitas/fanbase region yang terbentuk di kota tempat tinggal anda?
7. Apa tujuan anda mengikuti Jeketi Selca Day?
8. Apa motivasi anda mengikuti event virtual Jeketi Selca Day dalam konteks terhadap idola (*oshi*) anda di JKT48?
9. Apakah yang ingin anda dapatkan dari mengikuti Jeketi Selca Day di twitter?
10. Bagaimana pengaruh setelah mengikuti Jeketi Selca Day bagi kehidupan virtual anda di media sosial terutama di twitter?
11. Bagaimana perasaan yang dirasakan setelah mengikuti Jeketi Selca Day? dan apakah alasannya?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Raissa Maulidya Khairunnisa
Tempat/Tanggal Lahir : Jepara, 4 Juni 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Perumahan Kendal Persada
Asri Jalan Bimasakti No. 116
Kelurahan Kebondalem, Kab. Kendal
Nomor Hp/WA : 0896-8458-0605
Alamat E-mail : raissamaulidya4@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

1. SD N 2 Patukangan Kendal : 2013 (Lulus)
2. SMP N 2 Kendal : 2016 (Lulus)
3. SMA N 1 Kendal : 2019 (Lulus)
4. UIN Walisongo Semarang (S1) : 2019 - 2023

C. Riwayat Organisasi

1. Anggota Satgas KSR PMI Unit UIN Walisongo Semarang Tahun 2020
2. Bendahara Bidang Urusan Rumah Tangga (URT) KSR PMI Unit UIN Walisongo Semarang Tahun 2021
3. Sekretaris Bidang Kominfo KSR PMI Unit UIN Walisongo Semarang Tahun 2022

Semarang, 20 Maret 2023



Raissa Maulidya Khairunnisa
(1906026137)