



**PENGARUH BUDAYA JKT48 MELALUI MEDIA  
SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU *FANS* PADA  
KOMUNITAS GUNNERFX**



**SKRIPSI**

**Muhamad Fajar Sidik  
20200400015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG  
2024**



**PENGARUH BUDAYA JKT48 MELALUI MEDIA  
SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU *FANS*  
PADA KOMUNITAS GUNNERFX**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**Muhamad Fajar Sidik**

**20200400015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG  
2024**



## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Budaya JKT48 melalui Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Fans pada Komunitas GunnerFX

Nama : Muhamad Fajar Sidik

NIM : 20200400015

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini disetujui pada tanggal 22 Juli 2024.

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

  
Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom  
NIDN : 0310048205

  
Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom  
NIDN : 0310048205



## SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom  
Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhamad Fajar Sidik  
NIM : 20200400015  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Budaya JKT48 melalui Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Fans pada Komunitas GunnerFX

Telah dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 22 Juli 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing,

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom  
NIDN : 0310048205

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom  
NIDN : 0310048205



## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhamad Fajar Sidik  
NIM : 20200400015  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Marketing Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya JKT48 melalui Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku pada Komunitas GunnerFX

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Buddhi Dharma

Tangerang, 22 Agustus 2024

### Dewan Penguji

1. Ketua Penguji : **Hot Saut Halomoan, S.Pd., M.M., M.Hum**  
NIDN: 04181286001
2. Penguji 2 : **Suryadi Wardiana, S.Ikom., M.Ikom**  
NIDN: 0411118205
3. Penguji 3 : **Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum**  
NIDN: 0418128601

Tanda Tangan

()  
()  
()

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora,

  
**Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum.**  
NIDN: 0418128601

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tugas akhir skripsi dengan judul " Pengaruh Budaya JKT48 melalui Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku fans pada Komunitas GunnerFX" merupakan asli karya saya sendiri.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dari pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan pada kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat penyimpangan di dalam pernyataan ini , saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Tangerang, 17 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



NIM : 20200400015

## KATA PENGANTAR

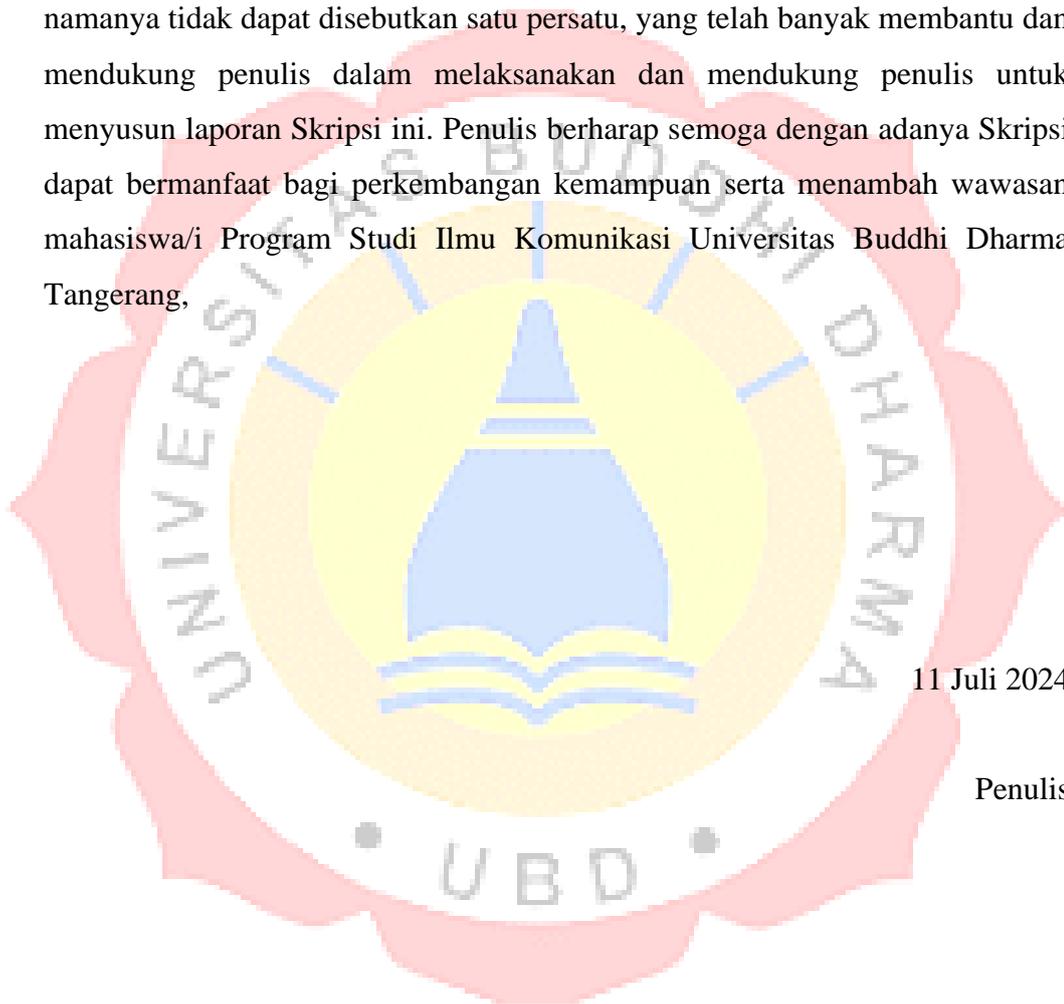
Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatNya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Budaya JKT48 melalui Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Fans pada Komunitas GunnerFX”** sesuai dengan waktu yang ditentukan. Di dalam proses pembuatan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, mengarahkan, membimbing dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan dengan baik dan tepat.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan hati yang penuh dengan ucapan syukur, kepada :

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.Ikom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Universitas Buddhi Dharma. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membagikan pengetahuan, mengarahkan penulisan skripsi ini serta memberikan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang ditentukan.
4. Para Dosen Prodi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan sehingga ilmu yang telah disampaikan tersebut bermanfaat dalam Kuliah Kerja Praktik Penulis.
5. Ka. Tata Usaha dan Para Staf Fakultas Sosial dan Humaniora yang telah membantu kelancaran Administrasi Penulis.
6. Orang tua tercinta, kaka dan juga saudara saya yang telah memberikan doa-doa, saran, semangat, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Agent Sembako selaku sahabat dan teman kuliah. Terima kasih telah memberikan saran dan semangat kepada saya untuk mengerjakan skripsi ini.

8. Teman-teman GunnerX. Terima kasih sudah membantu dalam proses menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penulis untuk melengkapi skripsi ini.
9. Nurdewi Azizah Safitri, terima kasih yang selalu setia menemani saya, membimbing saya, memberikan masukan, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam melaksanakan dan mendukung penulis untuk menyusun laporan Skripsi ini. Penulis berharap semoga dengan adanya Skripsi dapat bermanfaat bagi perkembangan kemampuan serta menambah wawasan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Tangerang,



11 Juli 2024

Penulis

## ABSTRAK

Media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi dan perilaku individu di era digital, termasuk pada penggemar grup idola seperti JKT48. Sebagai fenomena budaya populer, JKT48 dengan basis penggemar yang luas dan aktif, berpotensi mempengaruhi perilaku penggemar melalui konstruksi identitas di berbagai platform media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh budaya JKT48 melalui media sosial terhadap perubahan perilaku penggemar dalam komunitas GunnerFX. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dan analisis data kuantitatif Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Jaringan Sosial dan Teori Model *Transtheoretical* penelitian ini melibatkan 50 responden yang merupakan anggota komunitas GunnerFX yang aktif mengikuti perkembangan JKT48. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh budaya JKT48 terhadap perubahan perilaku fans pada komunitas GunnerFX memiliki nilai yang tinggi. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, budaya JKT48 memberikan pengaruh positif yang signifikan sebesar 23,6% terhadap perubahan perilaku responden. Perubahan terkuat yang dirasakan responden yaitu pada indikator perubahan karakter dengan kategori tinggi sebanyak 50% dan sangat tinggi sebanyak 24% responden. Selanjutnya, media sosial dinilai berperan penting dalam proses budaya JKT48 mempengaruhi perilaku responden. Hasil menunjukkan bahwa 84% responden mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama juga untuk berinteraksi dengan penggemar lainnya. Keanggotaan dalam Komunitas GunnerFX berdampak positif terhadap perilaku responden dengan menyediakan platform interaksi, kegiatan sosial, dan dukungan kepada JKT48. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi komunitas dan penggemar grup idola untuk memahami dinamika hubungan antara penggemar dan idola di era digital.

**Kata Kunci:** *Budaya JKT48, Media Sosial, Perubahan Perilaku*

## ABSTRACT

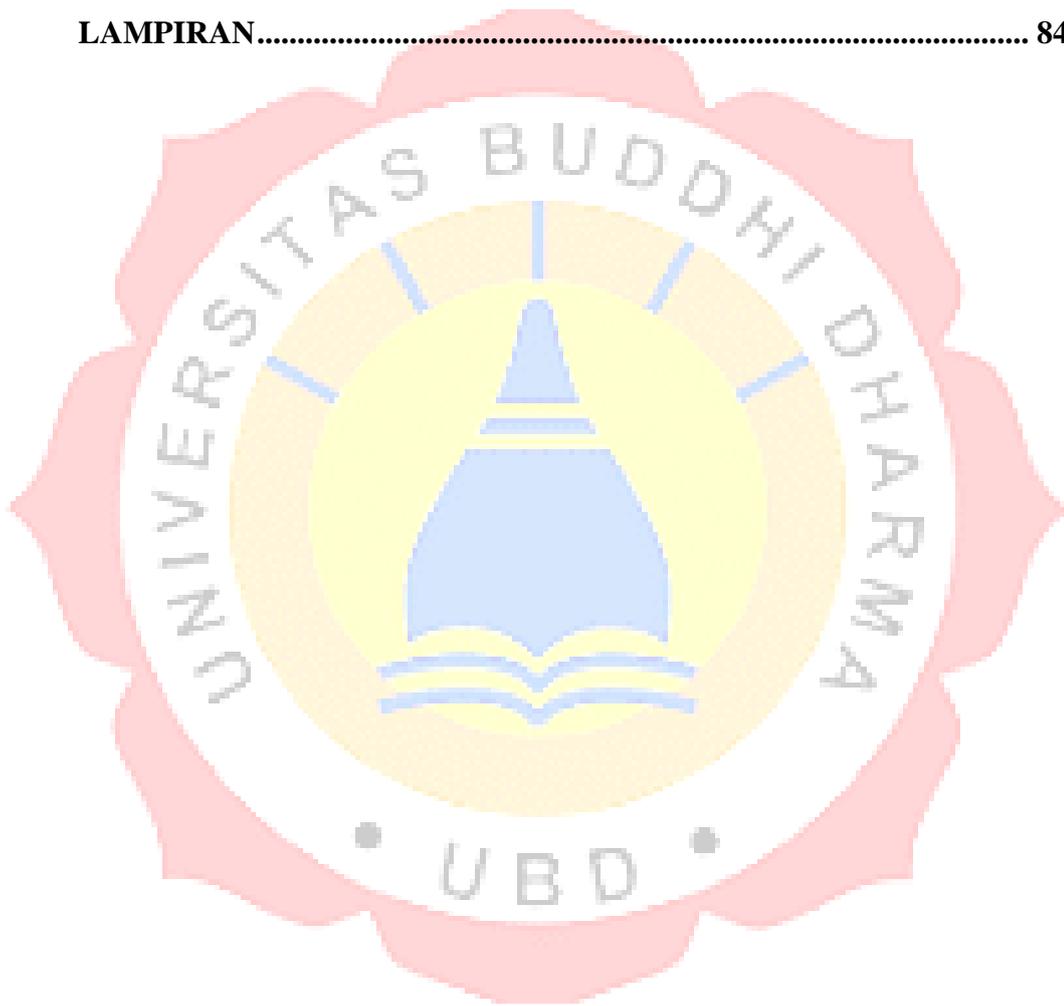
Social media plays a crucial role in shaping individuals' perceptions and behaviors in the digital age, including among fans of idol groups like JKT48. As a phenomenon of popular culture, JKT48, with its broad and active fan base, has the potential to influence fan behavior through identity construction across various social media platforms. This study aims to analyze the impact of JKT48's culture via social media on behavioral changes among fans within the GunnerFX community. Employing a descriptive-verification method and quantitative data analysis, the study utilized questionnaires for data collection. The theoretical frameworks applied include Social Network Theory and Transtheoretical Model Theory. The research involved 50 respondents who are active members of the GunnerFX community and follow JKT48's developments closely. The findings reveal a significant positive influence of JKT48's culture on behavioral changes in the GunnerFX community, with a notable impact of 23.6% as indicated by simple linear regression analysis. The strongest perceived changes among respondents were in character traits, with 50% reporting high and 24% reporting very high changes. Additionally, social media was found to be pivotal in the process, with 84% of respondents relying on it as their primary source of information and interaction with other fans. Membership in the GunnerFX community positively affects respondent behavior by providing a platform for interaction, social activities, and support for JKT48. This research is expected to offer valuable insights for both the community and idol group fans in understanding the dynamics of fan-idol relationships in the digital era.

**Keywords:** *JKT48 Culture, Social Media, Behavioral Change*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Kerangka Hipotesis.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Kerangka Teoritis.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Budaya .....</b>	<b>15</b>
<b>2.4 JKT48.....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory).....</b>	<b>22</b>
<b>2.6 Teori Model Transtheoretical.....</b>	<b>25</b>
<b>2.7 Perubahan Perilaku.....</b>	<b>26</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 Subjek Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5 Objek Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>34</b>
<b>3.8 Teknik Pengujian Instrumen.....</b>	<b>35</b>
<b>3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>36</b>

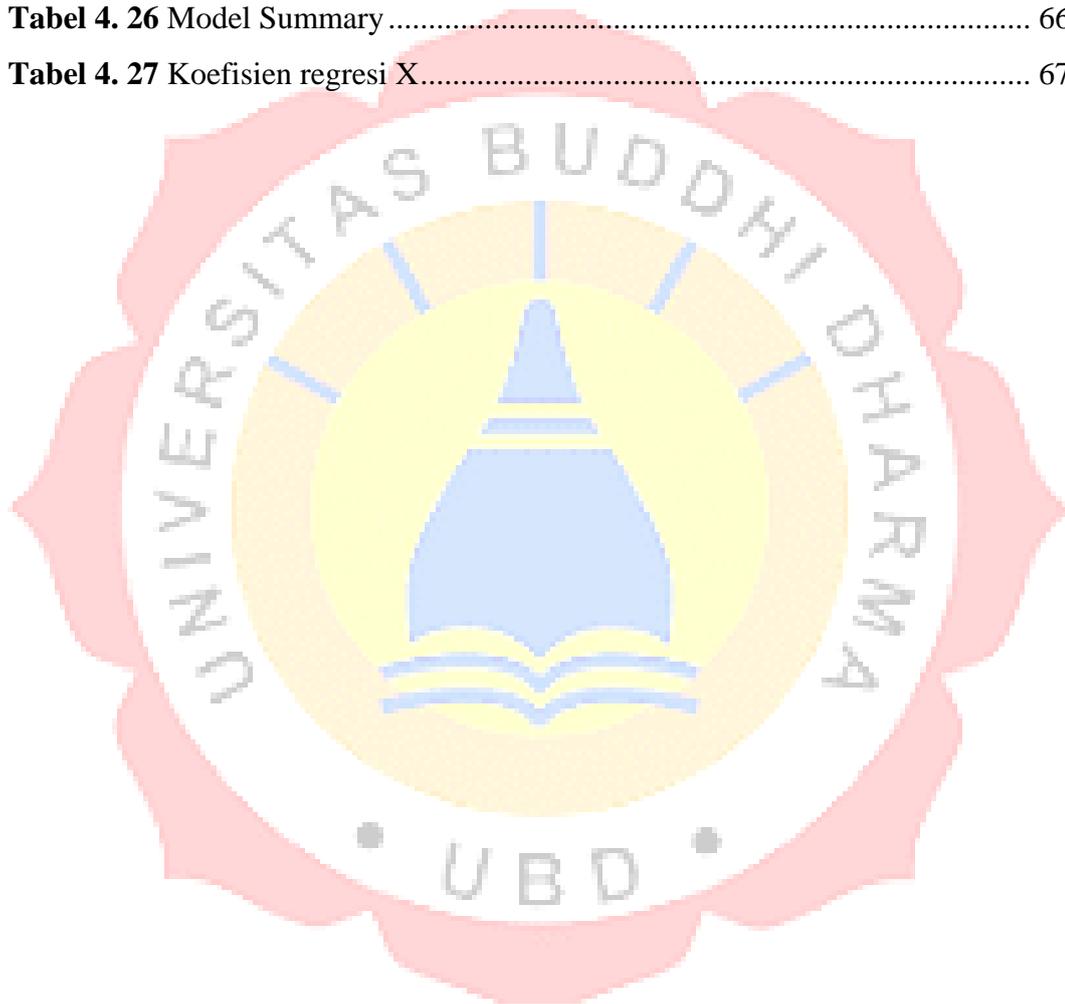
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>67</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>76</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>76</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>77</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Daftar Operasional .....	32
<b>Tabel 4. 1</b> Deskripsi Responden Menurut Usia.....	41
<b>Tabel 4. 2</b> Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	42
<b>Tabel 4. 3</b> Deskripsi Responden Menurut Berapa Lama Mengikuti JKT48 .....	43
<b>Tabel 4. 4</b> Deskripsi responden menurut berapa lama bergabung di komunitas GunnerFX.....	44
<b>Tabel 4. 5</b> Deskripsi Responden Menurut Pendidikan Terakhir Responden.....	45
<b>Tabel 4. 6</b> Deskripsi responden menurut Jenis Profesi Responden.....	45
<b>Tabel 4. 7</b> Deskripsi responden menurut Jumlah Pengeluaran Responden untuk Mengikuti Event JKT48 .....	46
<b>Tabel 4. 8</b> Sebaran responden menurut Media Sosial yang Digunakan .....	47
<b>Tabel 4. 9</b> Deskripsi responden menurut Lama Penggunaan Media Sosial .....	48
<b>Tabel 4. 10</b> Tabel Preferensi Responden terhadap sumber Media untuk mengenal JKT48 pertama kali .....	49
<b>Tabel 4. 11</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Alasan Tertarik dengan JKT48 .....	50
<b>Tabel 4. 12</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Media Sosial yang Efisien dalam Memperkenalkan JKT48.....	50
<b>Tabel 4. 13</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Event JKT48 yang Paling Diminati .....	51
<b>Tabel 4. 14</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Album JKT48 favorit .....	52
<b>Tabel 4. 15</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Setlist JKT48 Favorit.....	53
<b>Tabel 4. 16</b> Tabel Preferensi Responden terhadap Member yang Berpengaruh ..	54
<b>Tabel 4. 17</b> Analisis Data berdasarkan Aktivitas di Komunitas GunnerFX.....	55
<b>Tabel 4. 18</b> Analisis Data Perubahan yang Dirasakan Responden.....	57
<b>Tabel 4. 19</b> Analisis Data berdasarkan Perubahan Pengetahuan Umum dan Pendidikan.....	58
<b>Tabel 4. 20</b> Tabel Sebaran contoh berdasarkan kategori indeks perubahan pengetahuan umum dan pendidikan pada responden di komunitas GunnerFX....	59
<b>Tabel 4. 21</b> Analisis Data berdasarkan Perubahan Karakter .....	60

<b>Tabel 4. 22</b> Sebaran contoh berdasarkan kategori indeks perubahan karakter pada responden di komunitas GunnerFX .....	62
<b>Tabel 4. 23</b> Analisis Data berdasarkan Perubahan Gaya Hidup.....	63
<b>Tabel 4. 24</b> Sebaran contoh berdasarkan kategori indeks perubahan gaya hidup pada responden di komunitas GunnerFX.....	65
<b>Tabel 4. 25</b> Tabel Indikator positif terhadap Hubungan Budaya JKT48 dengan Perubahan Perilaku.....	66
<b>Tabel 4. 26</b> Model Summary .....	66
<b>Tabel 4. 27</b> Koefisien regresi X.....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 2. 1 Model Shannon and Weaver .....	13
Gambar 2. 2 Logo JKT48.....	17
Gambar 2. 3 Logo JKT48 Academy .....	21
Gambar 2. 4 Handshake Festival .....	21
Gambar 4. 1 Logo Komunitas GunnerFX.....	39



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi, terutama dalam platform media sosial pada era yang semakin maju ini, mempermudah individu untuk memperoleh informasi di mana pun dan kapan pun tanpa perlu datang langsung ke lokasi yang relevan. Dengan kemajuan teknologi informasi, batasan informasi antar negara menjadi semakin terbuka dan transparan. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses berita atau informasi tentang negara lain, yang pada gilirannya memungkinkan budaya-budaya asing masuk ke dalam lingkungan masyarakat secara lebih luas.

Di era modern saat ini, masyarakat sangat aktif dalam mencari dan mengonsumsi informasi atau berita terbaru yang mereka perlukan atau inginkan. Bahkan, mereka dapat dengan mudah menemukan dan menonton konten-konten mengenai budaya asing yang sebelumnya tidak mereka ketahui atau dengar sama sekali (Robertson, 1992 dalam Andika, 2021). Mengacu pada semakin sempitnya dunia dan meningkatnya kesadaran kita tentangnya, kita semakin memahami dan menyadari lebih banyak tentang keterhubungan global. Proses penyempitan dunia ini dapat dipahami dalam konteks institusi modernitas, sedangkan peningkatan kesadaran kita tentang dunia ini dapat dilihat secara reflektif dalam perspektif budaya.

Kehadiran media sosial yang memuat beragam informasi serta digunakan secara luas memungkinkan siapa pun untuk memberikan dan menerima informasi dengan sangat cepat. Informasi apa pun dapat tersebar secara masif kepada khalayak luas. Ditambah lagi dengan kondisi masyarakat zaman sekarang yang sangat terbuka dan sadar akan pentingnya informasi, menyebabkan masyarakat semakin bergantung pada informasi yang diperoleh melalui media sosial. Informasi yang datang melalui berbagai pilihan media sosial juga membuat khalayak yang haus informasi menjadi sangat aktif dalam mencari dan menelusuri informasi tersebut.

Dengan segala kemudahan tersebut dan kebebasan dalam mengakses media sosial untuk mendapatkan informasi membuat budaya-budaya luar dapat dengan mudah masuk ke Indonesia, seperti budaya Japanese Pop yang saat ini sedang digemari oleh banyak anak muda. Budaya Pop Jepang atau yang dikenal sebagai J-pop umumnya mencakup pertunjukan televisi, film, komik/manga, dan mode *fashion* (Putri, 2017 dalam Naufal, 2023, p. 155). J-pop banyak mengeluarkan beberapa musik yang terkenal, biasanya musik yang digemari terdapat pada *soundtrack anime* dan film *live action*. J-pop memiliki melodi yang lebih bervariasi dan memiliki suara vokal yang cenderung tinggi, musik yang ceria, dan penggunaan bass yang lebih dominan, penampilan pada penyanyi J-pop terkesan unik dan sangat berwarna. Penggunaan kata *Idol* atau yang disebut *Aidoru* umumnya digunakan untuk merujuk pada penyanyi J-pop wanita yang memiliki sikap yang manis dan berkepribadian lucu (*kawai*) hal tersebut menjadikan J-pop sangat digemari dan disukai oleh banyak anak muda di dunia termasuk Indonesia (Craig, 2020 dalam Rahmawati, 2018).

Kemajuan musik populer J-pop saat ini tidak hanya terbatas di negara Jepang saja, dengan majunya teknologi muncul berbagai macam *platform* musik yang dapat diakses dengan mudah. Keberhasilan J-pop dalam menembus pasar global juga karena dampak dari majunya zaman, pengaruh dari globalisasi mempengaruhi budaya musik Jepang, hingga terbentuk *idol group* seperti Nogizaka46, NiZiU dan AKB48 (Zanuba et al., 2023).

Munculnya J-pop di Indonesia dalam konteks budaya yang populer saat ini terjadi di Indonesia yang diawali oleh perkembangan film *anime* Jepang yang tidak hanya diterima di negaranya saja akan tetapi berkembang dan mulai diterima di seluruh asia, Pada awal 1980-an Penyebaran J-pop sangat beragam salah satu lagu Jepang yang terkenal pada saat itu adalah kokoro no tomo yang dinyanyikan oleh Mayumi Itsuwa (Zanuba et al., 2023). Akibat pengaruh dari masuknya J-musik, *anime*, *game* hingga menjadi suatu *pop culture*. Jepang sangat sukses memasukan budaya musiknya ke dalam masyarakat kita, seperti pengaruh *anime* dan *soundtrack*, acara televisi dan radio serta *idol group* musik seperti AKB48. Semakin eratnya hubungan

diplomasi antara Indonesia dan Jepang menjadi pencetus Yasushi Akimoto sebagai CEO 48 Group yang juga merupakan produser musik bagi JKT48 yang kemudian membentuk cabang group 48 di luar Jepang pertama dengan tujuan untuk semakin mempererat hubungan antara Indonesia dan Jepang (Stage48, 2023).

JKT48 adalah grup idol pertama di Indonesia dan juga merupakan sister group pertama AKB48 di luar Jepang. Mereka mengadopsi sistem dan konsep "idol you can meet" dari AKB48, yang artinya para penggemar dapat bertemu dengan idolanya secara rutin. Penggemar JKT48, yang disebut sebagai wota, merujuk pada penggemar yang sangat mengagumi dan loyal terhadap idolanya, meskipun secara resmi penggemar JKT48 disebut FJKT48 atau Fans JKT48.

JKT48 pada awalnya hanya dianggap sebagai grup idola saudara AKB48 dari Jepang yang membawakan lagu-lagu AKB48 kedalam bahasa Indonesia yang hingga saat ini telah memiliki lagunya sendiri. Seiring berjalannya waktu, JKT48 tidak hanya memberikan performa terbaik dari pemapilan grup maupun musik. Kontribusi JKT48 di Indonesia tidak hanya sebatas grup musik biasa, mereka juga melakukan peranan lain di luar dunia musik atau hiburan seperti biasanya. JKT48 dan para anggotanya kerap aktif dan berperan di garis terdepan dalam program-program pemerintah di berbagai sektor seperti, pariwisata, ekonomi, bisnis, hingga menjadi jembatan dalam menjalin hubungan baik antara Indonesia dan Jepang (Reza, 2022).

kemajuan JKT48 dari tahun ke tahun semakin pesat dan basis penggemar JKT48 juga semakin luas tidak hanya di Jakarta saja tetapi terdapat di beberapa kota seperti Bandung, Surabaya dan Jogjakarta, terlihat juga dengan semakin banyaknya jumlah pengikut di media social JKT48 seperti *Instagram*, *Twitter*, *TikTok* dan *Youtube* yang berada di angka kisaran 1 Juta pengikut keatas (Sari et al., 2023). Media Sosial juga menjadi pengaruh besar dalam membantu menaikkan nama besar JKT48 *platform* seperti *TikTok* digunakan oleh member sebagai upaya menarik banyak *fans*, sehingga banyak lagu-lagu JKT48 yang kemudian viral seperti *Pesawat Kertas 365 Hari*, *Fortune Cookie yang Mencinta*, dan *Heavy Rotation*.

JKT48 sendiri merupakan salah satu grup musik dengan penggemar yang sangat banyak di Indonesia, total penggemar JKT48 yang tercatat melebihi 15 juta orang, dengan rincian 31 persen penggemar merupakan generasi milenial dan 69% (enam puluh sembilan persen) merupakan generasi Z. Jumlah pendengar mencapai 1,5 juta setiap bulan. Grup musik ini telah merilis lebih dari 300 lagu di berbagai platform. Selain itu, JKT48 telah tampil di 200 konser besar dan konser tahunan, serta telah menarik lebih dari 150 ribu penonton (Sudiani, 2022). Penggemar JKT48 terdapat dari beberapa kalangan baik orang tua, dewasa maupun remaja, meskipun tidak secara khusus terspesifikasi berdasarkan *gender*, penggemar JKT48 yang biasa disebut FJKT48 cenderung didominasi oleh laki-laki.

*Fans* JKT48 atau yang biasa disebut FJKT48 merupakan salah satu fanbase yang terkenal loyal dan tidak berpikir Panjang untuk membeli seluruh produk yang dikeluarkan oleh JKT48, seluruh *event* JKT48 seperti *Meet and Greet*, Konser dan pertunjukan teater selalu terjual habis, bahkan pada perayaan ulang tahun JKT48 yang ke 11, penjualan tiket konser tersebut habis dalam waktu 5 menit dan telah terjual sebanyak 13.000 penonton, menjadi perbincangan di salah satu aplikasi X dan *trending topic* pertama. Hal tersebut menunjukkan bahwa group tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas dan memiliki jumlah penggemar yang cukup banyak (Dedi, 2022).

JKT48 sendiri merupakan salah satu grup dengan ciri khas jejepegan yang banyak memiliki *fans* dari berbagai jenis usia dan latar belakang. perilaku dari seorang *public figure* atau idola seringkali menjadi percontohan kepada *fans* baik untuk bersikap, berperilaku, maupun bertutur kata. Perubahan perilaku merupakan bagian dari perkembangan alami yang dipengaruhi oleh berbagai faktor biologis, psikologis, dan sosial. Perubahan perilaku merupakan paradigma di mana individu mengalami perubahan sesuai dengan pembelajaran dari keluarga, teman, sahabat, dan diri sendiri. Proses pembelajaran ini berperan penting dalam membentuk individu, disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari maupun situasi khusus (Irwan, 2017, p.188).

Berdasarkan penjelasan-penjelasan sebelumnya, penulis ingin mendalami bagaimana pengaruh budaya idol group JKT48 ini mempengaruhi perubahan perilaku *fans* pada komunitas GunnerFX. Dengan demikian, Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat perubahan perilaku pada *fans* setelah kedatangan budaya idol group JKT48.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh budaya JKT48 terhadap perubahan perilaku penggemar JKT48 yang tergabung dalam komunitas GunnerFX?
2. Bagaimana peran media sosial dan komunitas penggemar dalam penyebaran informasi mengenai budaya JKT48?
3. Bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku Fans pada komunitas Gunner FX?

## **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis jelaskan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh budaya JKT48 terhadap perubahan perilaku penggemar di komunitas GunnerFX.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara praktis maupun akademis. Adapun manfaat lain dari penelitian ini, yaitu:

#### **a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan ilmiah dan literatur mengenai pengaruh budaya JKT48 terhadap perilaku penggemar, khususnya di Indonesia. Hal ini memberikan kontribusi penting bagi bidang studi sosiologi, psikologi, dan komunikasi massa.

#### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh orang tua, guru, pendidik untuk memahami dinamika perilaku remaja yang dipengaruhi oleh

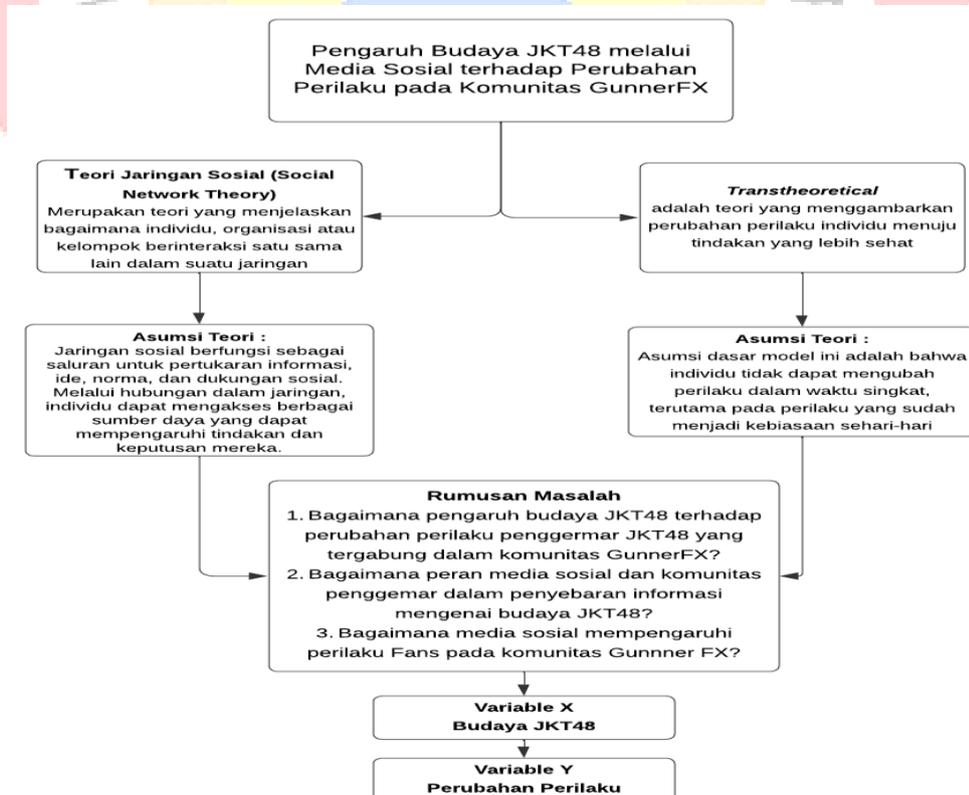
budaya strategis yang lebih efektif dalam mendukung perkembangan remaja secara positif.

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh orang tua, guru, pendidik untuk memahami dinamika perilaku remaja yang dipengaruhi oleh budaya strategis yang lebih efektif dalam mendukung perkembangan remaja secara positif.

#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah bagian dari desain penelitian yang disusun berdasarkan pembacaan jurnal, buku, dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka ini menggambarkan alur pemikiran peneliti dengan mengintegrasikan teori-teori untuk menentukan aspek yang akan diteliti dan menjelaskan urutan penyelesaian masalah atau cara menemukan jawaban penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan studi pustaka atau garis besar alur pemikiran peneliti. Setelah menjelaskan latar belakang penelitian, kajian teori, dan fokus penelitian, kerangka pemikiran disajikan dalam bentuk bagan yang dibuat oleh peneliti sebagai berikut:

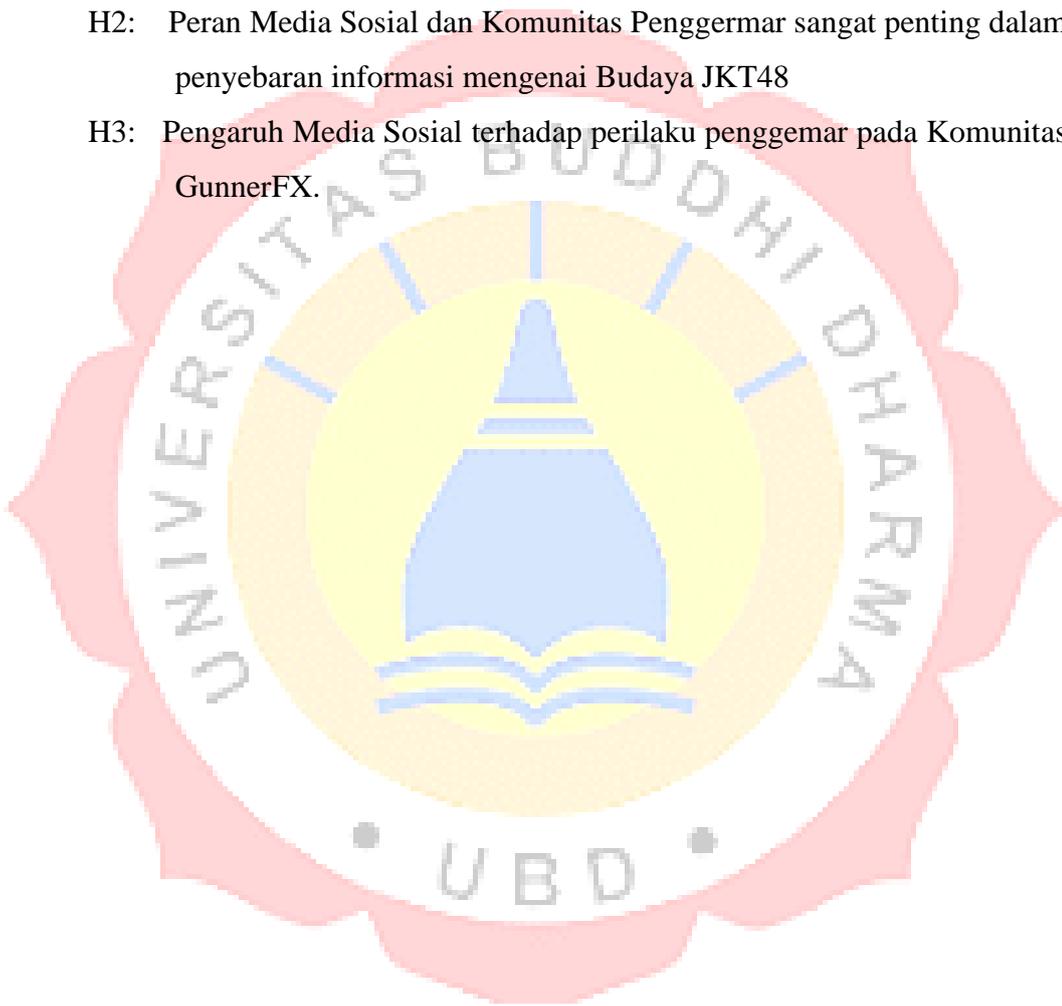
**Gambar 1. 1**  
Kerangka Pemikiran



## 1.5 Kerangka Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dalam penelitian ini dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

- H1: Pengaruh Budaya JKT48 terhadap perubahan perilaku penggemar JKT48 yang tergabung dalam Komunitas GunnerFX
- H2: Peran Media Sosial dan Komunitas Penggemar sangat penting dalam penyebaran informasi mengenai Budaya JKT48
- H3: Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku penggemar pada Komunitas GunnerFX.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mencari berbagai kutipan dari penelitian sejenis yang dapat mendukung studi ini. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar atau pelengkap bagi penelitian yang sedang dilakukan. Berdasarkan kebutuhan tersebut, ditemukan beberapa penelitian terdahulu berupa skripsi dan jurnal, penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

*Pertama*, Skripsi yang ditulis oleh Adi (2019), Universitas Diponegoro, dengan judul “**KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)**”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses persebaran *Korean Wave* dan proses penyebarannya di dunia. Teori yang digunakan adalah Teori Difusi. Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipan dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* adalah fenomena budaya populer dari Korea Selatan yang berkembang dalam industri hiburan melalui media dan kemajuan teknologi. Penyebaran budaya populer *Korean Wave* merupakan bentuk globalisasi, memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan unsur-unsur budaya tanpa kontak fisik langsung, seperti melalui internet.

Menurut teori difusi dalam ilmu antropologi, dahulu penyebaran budaya memerlukan kontak fisik, tetapi sekarang terjadi dengan cepat dan mudah berkat teknologi. Industri hiburan dan media Korea mengimplikasikan ideologi dalam setiap karya mereka, sehingga audiens terpengaruh oleh propaganda yang terselubung. Akibatnya, pembelian barang-barang K-Pop dan perubahan perilaku muncul sebagai hasil dari pengaruh ideologi Korea yang bertujuan untuk membangun citra positif terhadap budayanya demi menarik perhatian di pasar internasional.

*Kedua*, Skripsi yang ditulis oleh Aisyah (2021), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “**PENGARUH BUDAYA KOREAN**

## **POPULER DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN ISLAM REMAJA KOTA TANGERANG SELATAN”.**

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat pengaruh budaya Korean Populer di media sosial terhadap perilaku keagamaan Islam remaja di Kota Tangerang Selatan? Jika ada pengaruh kemudian seberapa besar pengaruh budaya Korean Populer di media sosial terhadap perilaku keagamaan Islam remaja di Kota Tangerang Selatan? Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh budaya Korean Populer di media sosial (X) terhadap perilaku keagamaan Islam (Y) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Nilai determinasi atau besar pengaruhnya adalah 22,1%, yang mengindikasikan bahwa perilaku keagamaan remaja dipengaruhi oleh budaya Korean Populer di media sosial sebesar 22,1%, sedangkan 77,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

*Ketiga*, Skripsi yang ditulis oleh Risyadi (2017), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan Judul **“DAMPAK KEBERADAAN JKT48 TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF FANS JKT48 DI KALANGAN MAHASISWA (Studi kasus di komunitas JFUIN)”**. Rumusan masalah pada penelitian ini Apakah dampak keberadaan JKT48 terhadap gaya hidup konsumtif fans JKT48 di komunitas JFUIN? Penelitian ini menggunakan Teori Deskripsi Teoritik.

Hasil penelitian ini mendiskusikan dampak keberadaan JKT48 terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di komunitas JFUIN. Dampak negatif yang diamati mencakup peningkatan gaya hidup konsumtif, pengeluaran yang lebih boros, dan perilaku antisosial terhadap lingkungan sekitar, yang disebabkan oleh pengalaman delusi. Adapun dampak positif yang dirasakan adalah menambah pertemanan, mendapatkan penghasilan tambahan, belajar berorganisasi, mengenal budaya Jepang.

Berikutnya penulis menemukan beberapa Jurnal yang relevan dengan topik penulis yaitu:

*Pertama*, Jurnal yang ditulis oleh Alhamid (2023), Universitas Pradita dengan judul **“DAMPAK K-POP TERHADAP PERILAKU REMAJA”**.

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengobservasi dampak K-Pop terhadap perilaku remaja di Indonesia. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif dan analisis berdasarkan hasil survey yang dilakukan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan terhadap K-Pop dan menyadari adanya perubahan perilaku dalam diri mereka. Perubahan tersebut dipersepsikan sebagai dampak positif oleh responden. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa sebagian besar responden lebih tertarik pada budaya Korea daripada budaya Indonesia.

*Kedua*, Jurnal yang ditulis oleh Maulidia et al., (2024), UIN Gusdur Pekalongan (2024). Dengan judul “**Dampak Keberadaan JKT48 Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Fans (Studi pada Mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan)**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji gejala gaya hidup penggemar JKT48, menggambarkan perasaan dan cara pandang para partisipan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian ini membahas mengenai gaya hidup mahasiswa uin gusdur pekalongan yang memiliki kesamaan dalam menyukai JKT48 tetapi hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan dalam perilaku konsumtif karena tergantung dari perspektif masing-masing individu, walaupun memiliki usia dan pendapatan yang sama.

*Ketiga*, jurnal yang ditulis oleh Putri (2020), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan Judul “**DAMPAK KOREA WAVE TERHADAP PERILAKU REMAJA DI ERA GLOBALISASI**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan dari perkembangan *Korean Wave* terhadap perilaku remaja di era globalisasi dan sebagai pengetahuan kepada orang tua untuk dapat menyikapi perubahan yang terjadi kepada anak sehingga dapat mengurangi fanatisme remaja terhadap orang tua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dengan mengambil data dari buku, jurnal, internet dan koran.

Hasil dari penelitian ini adalah perkembangan industri pop korea atau biasa disebut gelombang korea (*Korean Wave*) yang melanda seluruh dunia

termasuk Indonesia. Dampak yang terjadi terhadap remaja adalah perubahan perilaku, baik dari sisi positif maupun negatif. Dampak positif remaja mulai memahami mengenai gaya hidup, gaya berpakaian, dan dapat mandiri dengan melakukan penjualan hal-hal yang berbau K-Pop. Adapun sisi negatifnya berpakaian yang tidak sesuai dengan norma, membelikan idola barang mahal, dan perilaku fanatik terhadap idola.

## 2.2 Kerangka Teoritis

### 2.2.1 Komunikasi

Istilah Komunikasi, dalam bahasa Inggris disebut *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti 'sama'. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan makna. Komunikasi merujuk pada suatu pikiran, makna, atau pesan yang dipahami secara serupa. Menurut Trenholm dan Jensen (1996, p. 4) dalam Wiryanto, (2004, p. 6), mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

*“A process by which a source transmits a message to receiver through some channel.”* (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

Komunikasi merupakan sebuah kalimat yang sudah sering didengar, istilah “komunikasi” merupakan kata yang sulit untuk didefinisikan karena bersifat abstrak dan memiliki banyak arti. Kata komunikasi merupakan kata yang sudah cukup sering digunakan dalam percakapan baik dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia. Frank Dance (1970) menerangkan bahwa melakukan terobosan penting untuk memberikan klasifikasi mengenai pengertian komunikasi, ia mengklasifikasikan teori komunikasi berdasarkan sifat-sifatnya (Morissan, 2013, p. 8). Dia mengajukan tiga elemen dasar untuk membedakan komunikasi yang disebut sebagai “diferensiasi konseptual kritis” (*critical conceptual differentiation*) yang terdiri dari :

1. Dimensi level observasi
2. Dimensi kesengajaan
3. Dimensi penilaian normative

Menurut Michael Motley (1990) dan Peter Anderson (1991) dalam Morissan (2013, p. 13), komunikasi hanya akan terjadi jika pesan yang dikirim secara sengaja dan diterima langsung oleh orang yang dimaksud. Komunikasi harus mencakup setiap sikap yang menyampaikan makna kepada penerima, terlepas dari apakah makna tersebut akan diperhatikan atau tidak.

### **2.2.2 Jenis Komunikasi**

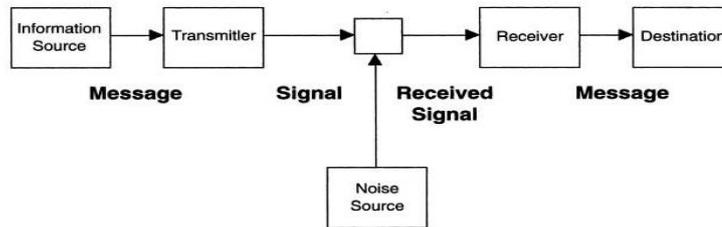
Komunikasi berdasarkan penyampaiannya dapat diuraikan sebagai berikut. Secara umum, setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari masyarakat yang selalu merasa perlu untuk berinteraksi dengan orang lain. Namun, tidak semua orang memiliki keterampilan yang sama dalam berkomunikasi. Untuk itu, diperlukan berbagai metode untuk menyampaikan informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, komunikasi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Sementara itu, berdasarkan sifat perilakunya, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi komunikasi formal, komunikasi informal, dan komunikasi nonformal (Damayani Pohan & Fitria, 2021).

### **2.2.3 Model Komunikasi Matematika Shannon dan Weaver**

Model Shannon dan Weaver menyatakan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan yang ingin disampaikan. Pemancar kemudian mengubah pesan tersebut menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran komunikasi yang digunakan. Saluran merujuk pada media yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dari pemancar kepada penerima. Menurut pandangan mereka, setiap informasi yang dikomunikasikan merupakan bagian dari proses komunikasi. Tujuan dari penyampaian informasi adalah untuk meningkatkan pengetahuan, mengubah sikap, serta perilaku individu maupun khalayak (Wiryanto, 2004, p. 16).

Secara sistematis model Shannon dan Weaver dapat digambarkan, sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
Model Shannon and Weaver



Sumber: Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Wiryanto

#### 2.2.4 Komunikasi Publik

Komunikasi publik, yang sering disebut sebagai komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak, merujuk pada proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara secara langsung di depan *audiens* yang lebih luas (Sari et al., 2018).

##### a) Media Baru

Perkembangan komunikasi ditandai dengan pemanfaatan media baru sebagai sarana komunikasi. Awalnya, komunikasi terbatas pada interaksi personal secara tatap muka, namun sekarang telah berkembang menjadi komunikasi daring melalui internet. Salah satu bentuk evolusi teknologi komunikasi adalah media baru, yang kemudian memunculkan media sosial.

Menurut McQuail (2011) dalam buku yang ditulis oleh (Tosepu, 2017, p. 6-7), media baru mencakup berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki ciri-ciri serupa, yaitu didukung oleh digitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru ini diwakili oleh internet, yang memiliki beberapa ciri utama. Pertama, internet tidak hanya terkait dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga mencakup pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan informasi. Kedua, media baru berfungsi sebagai lembaga komunikasi publik maupun privat, yang diatur (atau tidak diatur) dengan baik. Ketiga, kinerjanya tidak teratur seperti media massa tradisional.

McQuail telah mengidentifikasi lima kategori utama media baru, yaitu:

1. Media komunikasi antarpribadi. Kategori ini mencakup telepon dan surat elektronik, yang kontennya bersifat pribadi dan mudah dihapus, di mana hubungan yang tercipta dan diperkuat lebih penting daripada informasi yang disampaikan.
2. Media permainan interaktif. Kategori ini terutama berbasis komputer dan video game, serta dilengkapi dengan peralatan realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan mungkin didominasi oleh kepuasan dari proses dan penggunaannya.
3. Media pencarian informasi. Kategori ini sangat luas, tetapi internet merupakan contohnya yang paling penting. Internet dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data dengan ukuran, aktualitas, dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. Mesin pencari telah menjadi alat yang sangat penting bagi para pengguna sekaligus sumber pendapatan untuk internet.
4. Media partisipasi kolektif. Kategori ini meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman, serta mengembangkan hubungan pribadi aktif yang diperantarai oleh komputer. Situs jejaring sosial termasuk dalam kelompok ini.
5. Substitusi media penyiaran. Kategori ini merujuk pada penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang di masa lalu biasanya disiarkan atau disebar dengan metode lain yang serupa.

#### **b) Media Sosial**

Menurut (Kartini et al., 2020), media sosial merupakan platform daring yang memfasilitasi pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membentuk hubungan sosial virtual. Di dalam lingkungan digital ini, realitas sosial dapat terbentuk tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu, yang mencerminkan nilai-nilai masyarakat dalam berbagai bentuk. Beberapa peneliti internet bahkan berpendapat bahwa media sosial online dapat mencerminkan peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kehidupan nyata. Menurut Mandibergh (2012) dalam Kartini et al., (2020, p.137), media sosial mendorong kolaborasi di antara pembuat konten dan berfungsi sebagai sarana promosi untuk konten yang dibuat oleh pengguna.

Di era digital saat ini, media sosial menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat. Keberadaan media sosial memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan dasar mereka di mana saja. Facebook, WhatsApp, Instagram, dan Google adalah contoh platform jejaring sosial yang populer saat ini. Keempat platform ini memfasilitasi berbagi pengetahuan dan menyediakan akses cepat ke buku elektronik. Dampak positif dan negatif media sosial dapat menyebabkan kecanduan serta mempengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat.

### 2.3 Budaya

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya atau *culture* diartikan sebagai pikiran, akal budi, dan hasil karya. Sementara itu, membudayakan berarti mengajarkan agar seseorang memiliki budaya, mendidik agar berbudaya, dan membiasakan hal-hal baik sehingga menjadi berbudaya (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1999, p. 130-131).

Menurut Muhaimin (2001); Aslan dan Yunaldi (2018) dalam Syakhrani & Kamil (2022), budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta "*buddhayah*," yang merupakan bentuk jamak dari "*buddhi*" (budi atau akal). Istilah ini mengacu pada segala hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut "*culture*," yang berasal dari kata Latin "*colere*" yang berarti mengolah atau mengerjakan, dan dapat juga diartikan sebagai mengolah tanah atau bertani. Dalam bahasa Indonesia, kata "*culture*" kadang diterjemahkan menjadi "*kultur*".

Sesuai dengan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa budaya atau kebudayaan mencakup konsep-konsep yang berkaitan dengan pikiran, akal budi, dan hasil karya manusia, yang mengajarkan dan membiasakan hal-hal baik untuk menjadi kebiasaan yang berbudaya. Asal usul istilah ini berasal dari bahasa Sanskerta "*buddhayah*" dan bahasa Latin "*colere*," yang menunjukkan hubungan erat antara budaya dan proses pengolahan atau pembelajaran.

## 2.4 JKT48

### 2.4.1 Sejarah Terbentuknya JKT48 di Indonesia

J-pop, atau Japanese Pop, adalah jenis musik pop yang berasal dari Jepang. J-pop menjadi kekuatan besar di pelataran dunia musik internasional karena memiliki karakteristik musik yang unik, dipengaruhi dari musik barat dan musik tradisional Jepang sehingga terbentuk suatu suara yang unik dan harmoni yang mendayu-dayu dengan melodi yang ceria (Admin Politeknik Indonusa Surakarta, 2023).

Penyanyi J-pop dikenal dengan sebutan *Idol*, *idol* sendiri identik dengan penampilan yang menarik dan berbakat dalam menari, tidak hanya itu, seorang *idol* juga terlibat dalam berbagai macam kegiatan, seperti pertunjukan teater, televisi, dan tampil dalam panggung konser yang sangat besar. *Idol* J-pop juga terkenal dengan basis *fans* yang sangat besar dan fanatic (Admin Politeknik Indonusa Surakarta, 2023).

Konsep dari *Idol* di Jepang mulai populer dari tahun 1980 di mana saat itu ekonomi Jepang sedang tidak baik dan mengalami resesi (Lee, 2023). Semakin majunya popularitas J-pop dan para *Idolnya*, terbentuk suatu istilah "*Idol Group*", Merupakan sekumpulan orang yang melakukan menyanyi dan menari terdiri dari sekumpulan pria maupun wanita. Dalam budaya Jepang, seorang *idol* adalah individu, biasanya perempuan yang berusia belasan hingga awal 20-an, meskipun terdapat juga grup *idol* laki-laki) yang memiliki wajah menarik, tubuh proporsional, dan bersifat imut serta lucu. Mereka juga memiliki kompetensi dalam dunia hiburan, seperti menyanyi, menari, atau berakting. Kemampuan mereka akan dilatih, diasah, dan dikembangkan oleh pihak manajemen agar mereka dapat tampil lebih baik dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi (Risyadi, 2017).

Penyebaran budaya J-pop telah merambah ke berbagai belahan dunia, seluruh negara terkena dampak dari budaya J-pop tak terkecuali negara bagian timur dan tenggara. Akimoto membentuk JKT48 (Berbasis di Jakarta, Indonesia) dan SNH48 (berbasis di Shanghai, China) sebagai *overseas sister group* dari AKB48 pada tahun 2011 dan 2012 secara bergantian. Alasan Akimoto mendirikan *first sister group* di Indonesia dan *second sister group*

di china, karena dilatar belakangi oleh kedua negara tersebut memiliki pendengar dan basis *fans* J-pop yang besar (Ramadhan & Santoso, 2014).

Saat ini, budaya musik pop dari berbagai belahan dunia telah merambah ke Indonesia, membuat industri musik di tanah air semakin beragam dan berkembang pesat sehingga terbentuk budaya penggemar. Banyak label musik yang kemudian mengadopsi budaya pop luar dan membentuk group musik yang biasa kita tahu seperti *smash*, *cherrybelle*, *7 icon* dan yang lainnya. Perkembangan budaya pop tersebut tak lepas dari konsep budaya pop Jepang yaitu *idol group*, sering kita melihat di televisi gadis-gadis cantik bernyanyi dan menarik diatas panggung dengan pembawaan yang ceria dan kostum yang menarik.

Karena kesuksesan dari AKB48 dan fenomena *idol group* di Jepang, produser Yasushi Akimoto tertarik untuk menciptakan sister group seperti AKB48 di luar Jepang, dengan harapan akan sukses AKB48 di Jepang, sehingga terbentuklah *Idol Group* pertama AKB48 sekaligus *Idol Group* pertama dan terbesar di Indonesia yang bernama JKT48.

Dilansir dari website resmi JKT48 Official (2024)

*"Kami ingin menciptakan tempat bagi para perempuan Indonesia untuk mewujudkan impian mereka. Bersama para penggemar, kami ingin membuat satu-satunya "Idola Orisinil Indonesia". Inilah inspirasi utama kami meluncurkan JKT48."*

**Gambar 2. 2**  
Logo JKT48



Sumber: Google Images

JKT48 adalah sebuah grup idola asal Indonesia yang dibentuk pada tahun 2011 sebagai bagian dari grup idola Jepang, AKB48. JKT48 merupakan singkatan dari "Jakarta 48", yang menandakan bahwa grup ini berbasis di

Jakarta, Indonesia. Pembentukan JKT48 merupakan hasil kolaborasi antara Akimoto Yasushi, produser AKB48, dengan manajemen lokal yang dipimpin oleh Dentsu Media Group Indonesia.

Pada 11 September 2011, diumumkan melalui situs resmi AKB48 bahwa grup saudari pertama AKB48 di luar Jepang akan dibentuk di Jakarta. Pendaftaran audisi generasi pertama dibuka dari 2 hingga 16 Oktober 2011, dengan persyaratan peserta berusia 13 hingga 18 tahun. Dari ribuan pendaftar, 28 finalis terpilih untuk mengikuti audisi tahap akhir yang diadakan pada 2 November 2011 di Jakarta.

Pada 3 November 2011, 28 finalis tersebut diumumkan sebagai anggota generasi pertama JKT48 dan menjalani pelatihan intensif di bawah bimbingan pelatih dari Jepang untuk mempersiapkan diri sebagai anggota grup idola profesional. JKT48 melakukan debut resmi pada 17 Desember 2011 di acara musik televisi "100% Ampuh" yang disiarkan oleh Global TV, dan mendapat sambutan positif dari masyarakat Indonesia. Pada Februari 2012, JKT48 merilis *single* perdana mereka berjudul "Heavy Rotation," yang merupakan adaptasi dari lagu populer AKB48.

Pada 8 September 2012, JKT48 membuka teater permanen di FX Sudirman, Jakarta, yang menjadi tempat utama untuk pertunjukan rutin, mirip dengan sistem teater AKB48 di Akihabara, Tokyo. Pertunjukan di teater ini memungkinkan para penggemar untuk menyaksikan penampilan anggota secara langsung dan lebih dekat.

Sejak debutnya, JKT48 telah merilis banyak *single*, album, dan DVD konser, serta sering tampil di berbagai acara televisi, iklan, dan film. JKT48 tidak hanya populer di Indonesia, tetapi juga menarik perhatian penggemar dari negara-negara Asia Tenggara lainnya. Grup ini mengalami beberapa perubahan anggota seiring waktu, dengan audisi untuk generasi berikutnya dan kelulusan anggota lama. Namun, konsep "idola yang dapat ditemui" tetap menjadi inti dari JKT48, di mana anggota grup berusaha selalu berinteraksi dengan penggemar melalui berbagai acara dan media sosial.

## 2.4.2 Konsep JKT48

Mayoritas masyarakat secara umum mengenal JKT48 sebagai *girl band* yang terinspirasi dari Jepang dan mulai menyamakan konsep *idol* JKT48 dengan konsep *Idol* asal Korea Selatan. Para *fans* JKT48 mulai gencar mengkampanyekan bahwa JKT48 bukan sebagai *Girl Band* melainkan sebagai *Idol Group* (Risyadi, 2017).

Mengusung Konsep Idola yang dapat kamu temu (*Idol you can meet*), JKT48 menggunakan konsep idol yang dapat ditemui melalui pertunjukan teater reguler dan event khusus lainnya, berbeda dengan konsep idola pada umumnya yang dirasa sangat jauh, sulit untuk dapat ditemui, dan tidak dapat dengan mudah di temui oleh *fans* mereka. Berbeda dengan JKT48 yang terkesan lebih dekat dengan *fans*, tumbuh dan berkembang bersama *fans*, dimana *fans* dapat dengan langsung memantau perkembangan dari seorang member JKT48 (Mulya & Tomohardjo, 2021).

Konsep yang diusung oleh JKT48 ini merupakan adaptasi dari Konsep Saudarinya di Jepang yaitu AKB48, *fans* dapat dengan mudah bertemu dan berinteraksi dengan member JKT48 karena terdapat fasilitas berupa Theater JKT48, Theater JKT48 sendiri merupakan tempat pertunjukan oleh JKT48, disana *fans* disuguhkan dengan penampilan JKT48 seperti menari, bernyanyi dan bahkan berakting diatas panggung. Theater JKT48 berada di Mall FX Sudirman Lt.4 Jakarta Selatan.

Sistem generasi menjadi suatu konsep dalam meregenerasi anggota JKT48 biasanya JKT48 melakukan audisi untuk generasi selanjut dalam jangka waktu setahun sekali, berbeda dengan konsep idola dari Korea selatan yang memang lebih mengedepankan aspek profesional, artinya *idol* haruslah sudah terlatih, memiliki keahlian yang matang dan melakukan latihan keras dan mengharuskan untuk sudah matang dalam segala aspek sebelum memulai debut.

Untuk jangka waktu latihan atau *trainee* bisa sampai berbulan-bulan bahkan tahunan, berbeda dengan konsep idol Jepang dimana idola baik pria maupun wanita dalam industri hiburan dikembangkan dengan tujuan untuk menghibur. Jadi, yang diberikan oleh idol group Jepang bukanlah seseorang

yang sudah ahli, matang dan sempurna akan tetapi perjalanan dari seseorang yang dari bukan siapa-siapa hingga bisa menjadi seorang idol yang sebenarnya (Arsip Wota, 2021).

Terdapat peraturan khusus dalam *Idol Group* JKT48 yang menjadi suatu keunikan tersendiri yaitu tentang peraturan atau regulasi yang sangat ketat dan disiplin yang disebut *golden rules*. Salah satu peraturan yang sangat menonjol adalah larangan untuk menjalin hubungan mesra member dengan orang lain atau berpacaran, adapun peraturan lainnya berupa, tidak boleh merokok, tidak boleh berkata kasar, tidak boleh menyebut merek selain sponsor, tidak boleh mengabaikan pendidikan, tidak boleh berfoto di luar acara (Risyadi, 2017).

Namun, peraturan tersebut ternyata juga menjadi kelemahan bagi grup. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa peraturan yang sebenarnya tidak sesuai dengan budaya Indonesia, tetapi tidak dapat diubah karena semua peraturan tersebut adalah konsep yang harus diikuti oleh seluruh keluarga 48 *Group*, baik yang berada di Jepang maupun di luar Jepang (Natio & Paramita, 2020).

JKT48 merupakan Idol Group yang cukup nyentrik di pelataran musik tanah air, dengan member yang terbilang sangat banyak, untuk mengeluarkan lagu-lagu terbaru, JKT48 memiliki sistem yang sangat unik, yaitu mengadakan pemilihan single terbaru dengan menggunakan teknik pemilihan, baik secara langsung oleh management maupun yang dipilih oleh fans melalui voting, sistem voting tersebut disebut sebagai event *Sousenkyou* atau dapat diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai Pemilihan *Single* lagu oleh *fans* dengan menggunakan teknik *voting*. Single JKT48 dibawakan oleh member sebanyak 16 orang atau yang biasa disebut sebagai *Senbatsu* untuk member yang terpilih dari urutan 16 hingga pertama (Arsip Wota, 2021).

**Gambar 2.3**  
Logo JK48 Akademi



Sumber: Google Images

JKT48 juga menerapkan sistem layaknya pendidikan untuk anggota baru atau *trainee*, mereka diharuskan untuk berada dalam kelas *Academy A* maupun *B*, disana terdapat ujian untuk menentukan kenaikan kelas dari academy *B* menuju *A* lalu memasuki tim inti, JKT48 juga menerapkan sistem kelulusan untuk member yang dirasakan sudah merasa cukup dengan pengalaman yang di dapat di JKT48, biasanya anggota yang mengajukan untuk lulus akan beralasan melanjutkan studi atau memilih karir solo. Kelulusan atau biasa dikenal dengan istilah *graduation* menjadi hal yang sangat disayangkan oleh banyak *fans*, tak sedikit mereka merasa kehilangan dan sebagian lainnya merasa bangga tentang apa yang akan dicapai oleh anggota favoritnya (Risyadi, 2017).

**Gambar 2.4**  
*Handshake Festival*



Sumber: Google Images

Sebagai seorang *Idol Group* tentu diharuskan untuk memberikan *fanservice* yang terbaik untuk membuat *fans* semakin menyukai idolanya, JKT48 memiliki berbagai program yang diselenggarakan secara rutin untuk menjalin hubungan baik dengan *fans*, *event* atau program yang sering dilakukan dinilai dapat menjalin kedekatan dengan *fans* dan mempererat hubungan baik *fans* dengan member ataupun sesama *fans* lainnya.

Salah satu program yang sangat dinantikan oleh fans adalah *Handshake Festival* atau *Meet and Greet*, event tersebut merupakan event yang dilakukan oleh JKT48 dimana *fans* akan melakukan kontak fisik secara langsung dengan member JKT48, bersalaman ataupun berbicara secara *face to face*, acara ini menjadi sebuah event yang sangat dinantikan oleh seluruh *fans* JKT48.

Sebagai *idol group*, JKT48 tentunya mengharuskan untuk melakukan interaksi dengan *fans* secara rutin, hal tersebut didasari oleh keingintahuan *fans* terhadap kehidupan sehari-hari atau kondisi member yang disukainya, atau member pun dapat memberikan informasi terkait suatu hal yang disukai atau yang sedang dialami, berbagi cerita ini merupakan suatu hal yang dapat membuat *fans* merasa dekat dengan member tersebut. Program tersebut menjadi sebuah penghubung langsung antara keduanya yaitu antara *idol* dan *fans* nya baik *offline event* atau melalui Media sosial resmi dari member JKT48 seperti, Twitter, Instagram dan *live streaming showroom*.

## **2.5 Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)**

Teori jaringan sosial adalah kajian tentang bagaimana individu, organisasi, atau kelompok berinteraksi satu sama lain dalam suatu jaringan. Teori ini menggambarkan struktur dan sifat hubungan interaksi antara individu yang membentuk jaringan sosial (Liu et al., 2017).

### **2.5.1 Bagian-bagian Teori Jaringan Sosial**

Menurut Hidayati, (2023) Teori jaringan sosial terdiri dari beberapa bagian utama sebagai berikut:

#### **1. Modal Sosial**

Modal sosial mencakup tiga dimensi utama, yaitu kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan (*network*). Berdasarkan sifatnya, modal

sosial dapat dibagi menjadi tiga jenis: modal sosial mengikat (*bonding*), modal sosial menyambung (*bridging*), dan modal sosial saling terkait (*linking*).

## 2. Modal Sosial Terikat

Pada jenis modal sosial terikat, karakteristik yang menonjol adalah pada konteks gagasan, relasi, dan hubungan yang lebih mendalam. Masyarakat yang memiliki modal sosial terikat cenderung mempertahankan struktur sosial yang totalitarian, hierarkis, dan tertutup.

## 3. Modal Sosial Menyambung

Modal sosial menyambung berbentuk asosiasi. Prinsip-prinsip yang terkandung dalam modal sosial ini meliputi:

- a. Persamaan: Setiap anggota masyarakat memiliki hak dan kewajiban yang sama, dan setiap keputusan dalam kelompok didasarkan pada kesepakatan bersama.
- b. Kebebasan: Setiap anggota kelompok memiliki kebebasan untuk berbicara, mengemukakan gagasan, dan mengembangkan ide.
- c. Nilai-Nilai Kemajemukan: Adanya rasa hormat terhadap hak asasi dan individu lain sebagai prinsip dasar dalam mengembangkan kemampuan masyarakat.
- d. Modal Sosial Saling Terkait: Modal yang menjangkau banyak orang dengan latar belakang yang berbeda-beda, memberikan manfaat berupa akses ke berbagai sumber daya untuk mengembangkan komunitas.

## 4. Hubungan Sosial dengan Ekonomi

Keterlambatan dalam tindakan sosial dapat mempengaruhi aspek ekonomi. Beberapa poin penting dalam hubungan sosial yang berkaitan dengan manfaat ekonomi adalah:

- a. Norma dan kepadatan jaringan sosial.

- b. Kuat atau lemahnya manfaat ekonomi. Informasi baru cenderung diperoleh dari kenalan baru dibandingkan teman lama.
- c. Peran struktur yang berada di luar ikatan lemah maupun ikatan yang kuat dalam menjembatani hubungan antara individu dengan pihak luar.
- d. Interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non-ekonomi, di mana kegiatan sosial individu dapat mempengaruhi tindakan ekonomi.

### 2.5.2 Fungsi Jaringan Sosial

Menurut Sutiono, (2024) Keberadaan jaringan sosial memiliki fungsi positif bagi masyarakat, namun juga dapat menimbulkan dampak negatif. Berikut ini adalah beberapa fungsi dari jaringan sosial:

1. Mempererat Hubungan Antar Individu

Jaringan sosial dapat menghubungkan individu satu sama lain. Misalnya, saat terjadi bencana banjir di suatu daerah yang membutuhkan bahan pangan untuk bertahan hidup namun sulit dicari, jaringan sosial seperti Twitter dan Facebook dapat membantu korban dengan berbagi informasi dan bantuan.

2. Media Penggalangan Dana

Dalam situasi bencana, jaringan sosial dapat digunakan sebagai media untuk menggalang dana bagi korban. Contohnya, sebuah akun Twitter dapat mengumumkan penggalangan dana berupa uang atau barang lainnya, kemudian mereka akan melaporkan setiap dana yang masuk.

3. Manfaat Bagi Individu dan Kelompok

Jaringan sosial bermanfaat bagi individu maupun kelompok yang ingin mencapai kemajuan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

4. Pengembangan Efektivitas Gagasan Baru

Jaringan sosial dapat membantu dalam mengembangkan efektivitas gagasan baru.

## 5. Pembentukan Kerjasama

Jaringan sosial memungkinkan terbentuknya kerjasama antarindividu maupun kelompok.

### 2.5.3 Jenis-Jenis Jaringan Sosial

Jenis-jenis jaringan sosial. Berdasarkan kajian sosiologi, jenis-jenis jaringan sosial meliputi:

1. Jaringan Kepentingan: Jaringan yang terbentuk dari hubungan sosial yang memiliki kepentingan tertentu.
2. Jaringan Kekuasaan: Kemampuan individu sebagai unit sosial untuk mempengaruhi perilaku dan mengambil keputusan melalui kontrol.
3. Jaringan Sentimen: Jaringan yang terbentuk berdasarkan hubungan sosial yang bersifat emosional seperti kekerabatan, pertemanan, dan sejenisnya.

## 2.6 Teori Model Transtheoretical

Dalam buku yang ditulis oleh Irwan (2017, p. 203), Model *Transtheoretical* adalah sebuah teori yang menggambarkan proses perubahan perilaku individu menuju tindakan yang lebih sehat. Teori ini memberikan strategi dan tahapan perubahan untuk membimbing individu dalam mengadopsi perilaku sehat dan memelihara kesehatan. Model ini menjelaskan bagaimana individu dapat mengubah perilaku yang menjadi masalah dan menerima perilaku positif. Asumsi dasar dari model ini adalah bahwa individu tidak dapat mengubah perilaku dalam waktu singkat, terutama pada perilaku yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari (Hallberg, 2006).

Model *Transtheoretical* menekankan pada proses pengambilan keputusan individu. Model ini berasumsi bahwa perubahan perilaku tidak bisa terjadi secara instan, khususnya untuk perilaku yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari. Ada lima tahap perubahan yang harus dilalui individu: Pra-Kontemplasi, Kontemplasi, Persiapan, Aksi, dan Pemeliharaan.

Model Transtheoretical merupakan suatu model biopsikososial yang integratif terkait dengan perubahan perilaku yang disengaja. Berbeda dengan teori perilaku lainnya yang sering kali fokus pada satu aspek tertentu seperti pengaruh sosial atau biologis, model ini berupaya untuk menyatukan dan mengintegrasikan elemen-elemen kunci dari berbagai teori ke dalam satu model perubahan perilaku yang komprehensif. Model ini dapat diterapkan pada berbagai jenis perilaku, berbagai populasi, dan dalam berbagai situasi, termasuk dalam konteks pengobatan, upaya pencegahan, atau pembuatan kebijakan. Model ini melibatkan aspek emosi, pengamatan, perilaku, serta kepercayaan diri.

## **2.7 Perubahan Perilaku**

Perubahan merupakan proses di mana terjadi peralihan dari keadaan yang tetap menjadi dinamis, memungkinkan individu atau sistem untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Perubahan mencakup keseimbangan personal, sosial, dan organisasi untuk mengembangkan kepribadian serta menerapkan ide atau konsep baru guna mencapai tujuan tertentu. Perubahan yang direncanakan merupakan proses sistematis untuk menyesuaikan organisasi dengan perubahan eksternal dan internal, dengan tujuan mencapai sasaran baru. Perubahan ini memiliki potensi untuk mengubah keadaan dan pola perilaku individu maupun institusi.

Dalam perkembangannya, perilaku seseorang dapat mengalami perubahan sesuai dengan faktor-faktor yang memungkinkan perubahan tersebut terjadi. Dalam kehidupan, perilaku manusia dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku (Irwan, 2017, p. 185).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku adalah sebagai berikut (Pieter & Lubis, 2017):

1. Emosi

Emosi adalah reaksi kompleks yang terhadap aktivitas atau perubahan yang mendalam, dipicu oleh rangsangan eksternal dan kondisi fisiologis. Melalui emosi, seseorang dapat terstimulus untuk

memahami sesuatu atau mengalami perubahan yang disadari, sehingga memungkinkan perubahan sifat atau perilaku. Bentuk emosi yang terkait dengan perubahan perilaku meliputi marah, gembira, senang, sedih, cemas, benci, dan takut.

2. Persepsi

Persepsi adalah proses penerimaan informasi melalui indra seperti penglihatan, penciuman, dan pendengaran, yang memungkinkan individu untuk mengenali atau mengetahui objek berdasarkan fungsi indra tersebut. Persepsi dipengaruhi oleh minat, kepentingan, kebiasaan yang dipelajari, bentuk, latar belakang, serta kejelasan kontur.

3. Motivasi

Motivasi adalah kekuatan pendorong yang menggerakkan individu untuk bertindak dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dorongan ini bersumber dari kebutuhan, baik fisiologis, psikologis, maupun sosial, yang ingin dipenuhi oleh individu. Hasil dari motivasi tersebut termanifestasi dalam bentuk perilaku. Perilaku ini merupakan wujud nyata dari usaha individu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. Belajar

Belajar adalah dasar untuk memahami perilaku manusia. Hal ini dikarenakan belajar memiliki keterkaitan erat dengan kematangan dan perkembangan individu dalam berbagai aspek, termasuk fisik, emosi, motivasi, perilaku sosial, dan kepribadian. Melalui proses belajar, seseorang mampu mentransformasi perilakunya dari pola sebelumnya dan mengembangkan kemampuan baru yang sesuai dengan kebutuhannya.

5. Inteligensi

Inteligensi adalah kemampuan seseorang untuk melakukan kombinasi berpikir abstrak dan penalaran dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan dalam kehidupan. Kemampuan ini memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan situasi baru

secara cepat dan efektif, memahami hubungan antar fenomena yang kompleks, dan memanfaatkan konsep-konsep abstrak secara optimal.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 7), penelitian kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji teori-teori dengan mengukur variabel-variabel penelitian menggunakan data berupa angka dan menganalisisnya dengan metode statistik. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data lapangan dapat diolah menjadi data numerik yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Data statistik tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang memiliki relevansi dengan objek penelitian, sehingga penilaian dari kuesioner tersebut menjadi valid dan akurat. Penulis akan menggunakan perangkat lunak SPSS dalam proses analisis data guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, serta untuk menginterpretasikan hasil analisis guna mencapai kesimpulan yang tepat dan akurat.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penggunaan metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian. Metode ini digunakan untuk menguji validitas, menentukan data penilaian, menemukan dan mengembangkan pengetahuan, serta mengkaji kebenaran suatu informasi agar dapat memperoleh hasil yang diharapkan. Metode penelitian mencakup cara kerja yang diterapkan dalam penelitian, termasuk alat-alat yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data selama penelitian berlangsung. Menurut Sugiyono (2017, p.2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan manfaat tertentu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017, p. 19), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara mandiri. Metode ini ditujukan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui dan mengkaji sejauh mana

pengaruh perubahan perilaku terhadap *fans*, sikap yang dihasilkan, respon yang terjadi, dan pengaruh positif yang dirasakan, baik secara simultan maupun parsial, di komunitas GunnerFX.

Metode verifikatif, menurut Sugiyono (2017, p. 20) Sugiyono (2017, p. 20) dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Sementara itu, penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017, p. 23) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji sejauh mana pengaruh perubahan perilaku terhadap *fans*, sikap yang dihasilkan, respon yang terjadi, dan pengaruh positif yang dirasakan, baik secara simultan maupun parsial, di komunitas GunnerFX.

Data statistik tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang memiliki relevansi dengan objek penelitian, sehingga penilaian dari kuesioner tersebut menjadi valid dan akurat. Penulis akan menggunakan perangkat lunak SPSS dalam proses analisis data guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, serta untuk menginterpretasikan hasil analisis guna mencapai kesimpulan yang tepat dan akurat.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Dalam setiap penelitian, diperlukan objek atau subjek yang harus diteliti agar masalah yang ada dapat diselesaikan. Populasi dalam penelitian berfungsi sebagai objek penelitian. Dengan menentukan populasi, peneliti dapat melakukan pengolahan data.

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang akan diukur dan menjadi unit penelitian, yang mencakup karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Menurut Sugiyono (2017, p. 80), populasi

adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Budaya JKT48 terhadap Perubahan Perilaku *Fans* pada Komunitas GunnerFX, maka populasi yang diambil adalah seluruh anggota di Komunitas *fans* JKT48 yaitu GunnerFX sebanyak 134 orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017, p. 81), sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh anggota populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hasil penelitian yang menggunakan sampel ini diharapkan dapat digeneralisasikan untuk populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, digunakan teknik sampel jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang mencakup seluruh populasi yang dapat dijangkau hingga mencapai batas yang telah ditentukan, dalam hal ini 50 responden dari total populasi 134 orang. Dengan informasi tersebut, jumlah responden yang diinginkan adalah sebanyak 50 orang.

Dalam penelitian ini, peneliti telah memutuskan ukuran sampel 50 orang. Tidak perlu perhitungan tambahan karena ukuran sampel yang dipilih adalah keputusan eksplisit.

Perhitungan untuk mengetahui proporsi dari total populasi yang diwakili oleh sampel ini, cara menghitungnya sebagai berikut:

$$\text{Proporsi} = \frac{\text{Ukuran Sampel}}{\text{Jumlah Populasi}}$$

$$\text{Proporsi} = \frac{50}{134}$$

$$\text{Proporsi} \approx 0,373 \text{ atau } 37,3\%$$

Jadi, dengan memilih 50 responden pada penelitian ini telah mencakup sekitar 37,3% dari total populasi.

### 3.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan elemen penting dalam penelitian ilmiah. Subjek penelitian berfungsi sebagai sumber data yang memberikan informasi dan keterangan yang relevan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, subjek yang menjadi sumber data adalah seluruh anggota pada komunitas GunnerFX yang merupakan *fanbase* JKT48.

### 3.5 Objek Penelitian

Objek penelitian mencakup keseluruhan keadaan sosial yang dikaji serta upaya untuk memahami kejadian di dalamnya. Pada objek penelitian ini, penulis mengamati dan meninjau berbagai aktivitas yang dilakukan oleh individu-individu di suatu lokasi tertentu. Fokus penelitian ini adalah Pengaruh Budaya JKT48 terhadap Perubahan Perilaku *Fans* pada Komunitas GunnerFX.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam memperoleh data dilakukan penyebaran angket kuesioner dengan Google Form untuk mendapatkan tanggapan subjek penelitian. Pendekatan ini dipilih karena dianggap memberikan efektivitas dan efisiensi dalam mengumpulkan hasil responden. Hal ini relevan pendapat Sugiyono, (2013, p. 142), kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang terkait objek dan diberikan jawaban responden bertujuan mengumpulkan data. Jenis kuesioner yang digunakan sistem tertutup, dimana jumlah pertanyaan, pilihan jawaban, dan tanggapan sudah ditetapkan.

**Tabel 3.1**  
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Pengaruh Budaya (X)	pengaruh budaya mencakup bagaimana elemen-elemen budaya mengarahkan dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, baik	1. Pengaruh terhadap Gaya Hidup 2. Penerimaan dan penyebaran Budaya 3. Preferensi Hiburan

	pada tingkat individu maupun kelompok.	4. Keterlibatan Emosional
Perubahan Perilaku (Y)	Perubahan perilaku adalah modifikasi atau pergeseran dalam cara seseorang bertindak, berinteraksi, atau merespons situasi	1. Pola Pikir dan Sikap 2. Perilaku dan Kebiasaan 3. Identitas dan Keseharuian 4. Interaksi sosial dan Hubungan

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

<b>Kategori Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
(0.0 – 0.199)	Sangat Rendah
(0.20 – 0.399)	Rendah
(0.40 – 0.599)	Sedang
(0.60 – 0.799)	Kuat
(0.80 – 1.000)	Sangat Kuat

Rumus yang digunakan untuk menghitung komponen variabel:

$$Skor Indeks = \frac{skor\ total\ yang\ diperoleh\ pada\ komponen - skor\ minimal}{(skor\ maksimal - skor\ minimal)}$$

Indeks variabel dihitung menggunakan rumus:

$$Skor Indeks = \frac{skor\ total\ yang\ diperoleh - skor\ minimal}{(skor\ maksimal - skor\ minimal)}$$

Selain itu, dengan metode studi literatur yang dilaksanakan sebagai langkah untuk memperoleh data berbasis teori yang dapat digunakan sebagai pembandingan dengan informasi yang terhimpun dari penelitian. Sumber data ini melibatkan literatur, artikel, surat kabar, atau penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang sedang diselidiki. Mengenai hal tersebut studi literatur ini bertujuan untuk meraih landasan teoritis yang mendukung dari data yang diperoleh pada konteks penelitian.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2017, p. 244), analisis data adalah serangkaian proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga, data yang telah dikumpulkan dapat dengan mudah dipahami dan disampaikan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif (Sugiyono, 2017, p. 147).

Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari.

#### **1. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner. Proses pengumpulan data dimulai dengan penyebaran kuesioner pada tanggal 10 Juni 2024. Kuesioner disebarkan secara daring menggunakan Google Form, dan tautan Google Form tersebut disebarluaskan melalui media WhatsApp.

#### **2. Reduksi Data**

Data yang diperoleh dari penelitian di lapangan harus dipilih dan dipisahkan. Data yang dianggap penting atau valid dipisahkan dari

data yang dianggap tidak relevan. Hal ini dilakukan untuk mempersempit fokus penelitian sehingga fokus penelitian menjadi lebih jelas dan mudah dipahami.

### 3. Penyajian Data

Seluruh data yang sudah dipisahkan dan terpilih akan digabungkan dan dipadu padankan agar tersusun rapi dan mudah dipahami.

### 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan akan dianggap sebagai kesimpulan yang kredibel jika penarikan kesimpulan didukung oleh bukti yang valid.

## 3.8 Teknik Pengujian Instrumen

Teknik pengujian instrumen penelitian yang dipergunakan meliputi:

### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas data adalah evaluasi ketepatan yang bertujuan untuk menilai apakah suatu kuesioner dianggap sah atau tidak (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel untuk derajat kebebasan (df)  $n-2$ , di mana  $n$  adalah total sampel, dengan tingkat signifikan 0,05. Jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel dan bersifat positif, maka pernyataan pada variabel tersebut dapat dianggap valid (Ghozali, 2018). Sebuah pertanyaan pada kuesioner dapat dianggap valid jika pernyataan yang terdapat di dalamnya mampu mengukur dengan benar hal yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas data kuesioner diuji menggunakan perangkat lunak SPSS 25.

Variable yang digunakan pada penelitian ini meliputi Aktivitas, Pengetahuan Umum dan Pendidikan, Karakter dan Gaya Hidup. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan SPSS 25, seluruh variable dinyatakan valid dengan Tingkat signifikansi  $<0.05$ . Oleh karena itu, seluruh variable pada penelitian ini dinilai mampu untuk mengukur dengan benar hal yang seharusnya diukur

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen untuk mengukur kuesioner sebagai indikator suatu variabel. Reliabilitas adalah tingkat keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam prosedur pengukuran. Hasil pengukuran dianggap

dapat dipercaya apabila beberapa kali pengukuran pada kelompok subjek yang sama menghasilkan data yang relatif konsisten, asalkan aspek yang diukur pada subjek tersebut belum mengalami perubahan (Ghozali, 2021) . Menurut Sugiyono (2017), instrumen dianggap handal jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

1. Variabel Aktivitas. Variabel ini mengindikasikan keaktifan responden dalam kegiatan yang dilakukan didalam komunitas dengan *number of item* sebanyak 12 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.833
2. Variabel Pengetahuan Umum dan Pendidikan. Variabel ini mengindikasikan memiliki tekad untuk meraih kesuksesan dimasa depan, menikmati waktu belajar dan meningkatkan diri, *number of item* sebanyak 13 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.843
3. Variabel Karakter. Variabel ini mengindikasikan pengaruh yang positif dan Tingkat emosional yang dapat terkontrol serta mendorong motivasi untuk bergerak maju, *number of item* sebanyak 13 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.733
4. Variabel Gaya Hidup. Variabel ini mengindikasikan bahwa responden termotivasi untuk menjaga penampilan agar terlihat lebih menarik dan memperbaiki diri, *number of item* sebanyak 12 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.798
5. Variabel Perubahan yang dirasakan responden. Variabel ini terindikasi hasil yang positif dan signifikan dari semua variable diantaranya, Aktivitas, Pengetahuan Umum dan Pendidikan, Karakter, dan Gaya Hidup dengan *number of item* sebanyak 38. Nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.914

### **3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.9.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi tempat penelitian dilakukan di dalam Komunitas penggemar JKT48 yaitu GunnerFX, GunnerFX sering berkumpul di jalan Gurame IV Raya No 27 Perumnas 1 Karawaci, Kota Tangerang.

#### **3.9.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini mulai dilakukan sejak April 2024 sampai dengan juli 2024, peneliti melakukannya secara bertahap mulai dari pengajuan judul, perumusan masalah, bergabung kedalam komunitas yang akan diuji, hingga sampai pada penyajian hasil akhir laporan.

