

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar Untuk mengetahui Fandom dan Fan Gift dapat mendorong fanatisme fans menjadi Loyal terhadap JKT48. JKT48 adalah sebuah group idola (idol group) yang dibentuk pada tahun 2011. Pada pembentukannya ini, JKT48 dibentuk langsung oleh produser sekaligus pencipta lagu kenamaan di Jepang, Akimoto Yasushi. Disini penulis menggunakan Metode penelitian Netnografi. Metode ini menggunakan cara untuk melakukan penelitian antropologi melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di mana semua orang bebas berbagi melalui media sosial. Dan disini Penulis mengaplikasikannya dengan cara mewawancarai narasumber melalui media sosial. Pada penelitian ini memanfaatkan uji keabsahan data sebagai salah satu kekhususan dalam penelitian netnografi. Penghubungan subyek dari hasil wawancara dan observasi penelitian dengan melibatkan konteks dari rumusan masalah penelitian ini. Metode penelitian memanfaatkan pendekatan netnografi dan pengumpulan data dalam angka dibutuhkan untuk mendeskripsikan secara deduktif dan memberikan logika dalam data. Pengumpulan data bersifat kuesioner ini memanfaatkan platform Google Form dengan total 41 responden dan terbagi menjadi sepuluh pertanyaan sekaligus indikator. Total 41 responden dengan masing-masing daerah. Pembentukan fanatisme secara diktat ini dilakukan kepada masyarakat sebagai bentuk pengajak bahwa ideologi terbentuk secara koheren. Fanatisme pula dapat dijadikan sebagai kepentingan secara sosial dalam struktur sosial, ekonomi ataupun politik namun secara garis besar pada gender, ras, agama ataupun kelompok sosial.

Kata kunci: Fandom, Fangift, Fanatisme, Loyalitas, Fans, JKT48.

ABSTRACT

This research is intended to know Fandom and Fan Gift can encourage fanaticism to become Loyal to JKT48. JKT48 is an idol group (idol group) which was formed in 2011. At its formation, JKT48 was formed directly by a famous Japanese songwriter and producer, Akimoto Yasushi. Here the author uses the Netnographic research method. This method uses a means of conducting anthropological research via the internet, using publicly available information that everyone is free to share via social media. And here the author applies it by interviewing sources through social media. In this study, the validity of the data test was used as a specificity in netnographic research. The linking of subjects from the results of interviews and research observations involves the context of the formulation of this research problem. The research method utilizes a netnographic approach and data collection in numbers is needed to describe deductively and provide logic in the data. This questionnaire-type data collection utilizes the Google Form platform with a total of 41 respondents and is divided into ten questions as well as indicators. Total 41 respondents with each region. This dictated formation of fanaticism is carried out to society as a form of invitation that ideology is formed coherently. Fanaticism can also be used as a social interest in social, economic or political structures, but in broad terms, gender, race, religion or social groups.

Keywords: Fandom, Fangift, Fanaticism, Loyalty, Fans, JKT48.