

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri budaya massa telah melahirkan beragam produk budaya melalui film, lagu, musik, dan acara olahraga. Produk tersebut dikonsumsi secara bebas oleh khalayak luas sebagai teks budaya, dan tidak menutup kemungkinan untuk kemudian melahirkan kelompok-kelompok penggemar. Kelompok-kelompok itu oleh Henry Jenkins (1992.a, h. 23) disebut sebagai fans, suatu kelompok yang mengonsumsi teks budaya massa sebagai konstruksi budaya dan identitas sosial mereka. Setelah mengonsumsi teks budaya tersebut, seorang fans mendapatkan kekuatan dan semangat dari kemampuan mereka untuk mengenali diri mereka sebagai bagian dari kelompok lain yang berbagi kesenangan yang sama dan menghadapi permasalahan yang sama (Jenkins, 1992.b, h. 213).

Pendapat Jenkins memperlihatkan bahwa fans pada dasarnya bersifat aktif, yaitu dengan melakukan reproduksi atas teks yang ditawarkan. Kegiatan membaca teks budaya hanyalah suatu proses awal dari kegiatan konsumsi (Jenkins, 1992.b: 213-214). Fans kemudian melakukan produksi atau membentuk beberapa hal yang mereka interpretasikan dari apa yang mereka senangi, sebagai akibat dari apa yang mereka konsumsi. Kegiatan yang dilakukan fans kemudian adalah bagaimana mereka melakukan produksi dalam beberapa hal, seperti pada makna dan interpretasi, *fans art-work*, komunitas, atau identitas alternatif. Melalui buku *The Adoring Audience Fan Culture*, Jenkins menyebut beberapa produk yang

dihasilkan oleh para fans antara lain: sebuah gambar, komunitas yang intens membahas perkembangan idolanya, komunitas diskusi, atau bisa juga memberikan kritik atau cerita baru dari pemaknaan dan interpretasinya.

Perwujudan bentuk nyata fans yang melakukan produksi dari interpretasi atas teks budaya, seperti yang dinyatakan oleh Jenkins sebelumnya, dapat dilihat misalnya pada The Jakmania. Mereka merupakan suporter yang mendukung, kagum, dan bangga dengan Persija. Selain itu, mereka juga melakukan kritik terhadap Persija, yang salah satunya adalah kritik mengenai cara Persija melakukan seleksi pemain (Mahares, 2014). Seperti inilah kira-kira kegiatan fans sepakbola yang dikemas melalui pemberitaan pada media massa.

Contoh nyata fenomena tentang fans sepakbola itu nampak agak berbeda jika dilihat dari perspektif fans yang lain. Perspektif ini dilontarkan oleh Matt Hills melalui bukunya yang berjudul *Fan Cultures*. Di dalam buku tersebut dinyatakan bahwa fans dapat kita kenali sebagai kelompok orang yang terobsesi dengan bintang tertentu, selebritas, film, acara TV, atau grup musik (2002, h. viii). Artinya, definisi yang dinyatakan oleh Hills dengan menyebut fans sebagai kelompok orang yang terobsesi, berbeda dengan perspektif Jenkins yang menyebut fans sebagai kelompok aktif yang jelas akan secara langsung melakukan reproduksi atas teks.

Maka secara lebih lanjut, Hills menyebut bahwa fans, setelah terobsesi akan sesuatu itu, adalah juga seseorang yang kemudian mengumpulkan banyak informasi tentang objek mereka melalui, misalnya, mengutip suatu baris atau lirik, pasal, dan ayat dari suatu lagu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (kbbi,

n.d.), kata “obsesi” dapat dimengerti sebagai gangguan jiwa berupa pikiran yang selalu menggoda seseorang dan sangat sukar dihilangkan. Pengertian “obsesi” tersebut memunculkan interpretasi yang cenderung menganggap fans sebagai kelompok yang irasional. Anggapan tersebut muncul dalam melihat fans yang memuja idolanya secara berlebihan. Hills mengatakan bahwa kemunculan anggapan itu dikarenakan adanya *moral dualism* di dalam masyarakat luas dalam melihat audiens pasif sebagai hal yang buruk dan audiens aktif sebagai hal yang baik. Aktif dan pasif pada penjabaran tersebut mengarah kepada pandangan dalam melihat fans yang dianggap rasional dan tidak rasional dalam menanggapi terpaan media (Hills, 2002, h. 7).

Fenomena tersebut yang terjadi pada fans JKT48. Setelah Yasushi Akimoto sebagai pendiri sekaligus penanggungjawab manajemen JKT48 berhasil mendirikan AKB48 di Jepang pada tahun 2005, ia melahirkan lagi *idol group* di negara lain dengan bentuk yang mirip dari sebelumnya itu. Di Indonesia, *idol group* itu lahir pada tahun 2011 dengan nama JKT48. Sama seperti artis musik yang lainnya, JKT48 juga memiliki jutaan fans, tetapi perbedaannya terdapat pada sistem manajemen JKT48 dalam melibatkan fans.

JKT48 menerapkan sistem “tumbuh bersama fans” yang artinya eksistensi grup ini, terutama setiap personilnya, ada di setiap fans yang terlibat aktif untuk mendukung idolanya (Apa Itu JKT48, n.d.). Inilah khas JKT48 yang tidak dimiliki oleh artis/grup musik lainnya. Grup ini juga memiliki tiga Tim J (sebagai tim utama), Tim KIII, dan Tim T. Tim K pertama dimiliki oleh AKB48 yang berbasis di Akihabara dan Tim KII yang berbasis di Nagoya (JKT48 Mengumumkan Daftar

Member Team KIII, 2013). Maka, dengan adanya inisial huruf “K” di dalam dua grup 48family yang lahir lebih awal, JKT48 memberikan nama di Tim K menjadi Tim KIII.

Antar personil JKT48 mempertahankan posisinya sebagai personil di tim utama (Tim J) atau mengejar posisi untuk dapat masuk di tim utama bagi tim KIII dan Tim T. Mereka juga bersaing untuk dapat masuk di setiap lagu baru, bahkan untuk dapat tampil di setiap video klip. Artinya, ada kompetisi antar personil di dalam grup ini, sehingga bentuk dukungan dari fans menjadi begitu berpengaruh untuk menentukan posisi pada masing-masing personil. Jika fans dari artis/grup musik hadir untuk memberikan dukungan melalui kegiatan menonton konser dan membeli *merchandise*, fans JKT48 bahkan melakukan hal tersebut juga demi eksistensi *oshi*-nya (personil yang disukai dan didukung oleh fans), bukan untuk keseluruhan grup JKT48. Mereka ingin agar *oshi*-nya tetap bertahan di tim utama, atau muncul di setiap lagu atau video klip.

Kegiatan yang melibatkan para fans JKT48 telah banyak disampaikan melalui media, sebagai berita, informasi, maupun inspirasi. Contohnya dapat dilihat dari situs Majalah HAI (Sobri, 2014) dalam menyajikan berita tentang beberapa perilaku fans JKT48 yang diceritakan sebagai seorang yang anti-sosial, selalu belanja *merchandise* secara berlebihan, memiliki intensitas tinggi untuk mengikuti informasi terbaru idolanya, hingga mengoleksi foto-foto para personil JKT48. Salah satu profil fans JKT48 juga pernah ditulis pada artikel lain. Di dalam artikel itu, fans digambarkan sebagai seseorang yang mendapatkan semangat dari caranya untuk terus mendukung idolanya dengan intensitas tinggi membeli

merchandise dan menonton konser JKT48 (Kartika, 2013). Di dalam media film, khususnya film dokumenter, satu-satunya yang menceritakan kegiatan fans JKT48 adalah MetroTV.

Pada tahun 2014 Metro TV mengadakan kompetisi film dokumenter Eagle Awards Documentary Competition (EADC). Kompetisi yang pertama kali diselenggarakan tahun 2005 tersebut merupakan ajang bagi para pembuat film dokumenter dari kalangan mahasiswa (About EADC. n.d.). Pada kompetisi tahun 2014 tersebut ada beragam film yang sudah masuk di dalam katalog EADC, dan hanya ada satu film yang menceritakan tentang fans dan idolanya, yakni “Idolaku, Jiwa Ragaku” (Prihatin, 2014). Berbeda dengan film dokumenter musik lain yang menceritakan tentang kesuksesan karir seseorang/grup menjadi seorang idola, kekhasan dari film ini adalah penceritaan yang diambil dari sudut pandang dari fans dalam melakukan praktik dukungan pada idolanya. Walaupun film dokumenter biasanya menampilkan realitas, tetap ada kecenderungan dalam menampilkan satu aspek yang dianggap penting di dalam proses pembuatan film.

Hal ini tampak di dalam film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”, dimana fans JKT48 digambarkan melalui seorang mahasiswa dan seorang pekerja yang keduanya berdomisili di Jakarta. Keseluruhan cerita ini menggambarkan kehidupan dua orang fans tersebut, yakni Sandy dan Emil, dan juga keluarga mereka masing-masing. Tampak bahwa kehadiran keluarga di dalam film ini, melalui argumentasi dan ekspresinya, juga ikut membangun alur bahwa fans JKT48 memiliki kegiatan dan perhatian pada idola yang tidak sesuai dengan ekspektasi keluarga.

Cerita tentang fans JKT48 yang dikemas melalui film dokumenter tersebut tentunya dipengaruhi oleh pengetahuan dan tujuan dari pembuat film. Meskipun tidak terlihat secara jelas tujuannya, alur yang diperlihatkan melalui film dokumenter tersebut, memunculkan pemaknaan tertentu tentang bagaimana kehidupan fans JKT48. Artinya realitas tentang eksistensi fans JKT48, bukanlah realitas yang secara luas ada, melainkan suatu bentuk realitas yang telah dikemas dan direpresentasikan melalui film dokumenter melalui sudut pandang dari pembuat film.

Representasi merupakan proses dan produk dimana tanda diberikan suatu makna tertentu (Sardar & Loon, 1997, h. 13). Definisi tersebut dilengkapi oleh Stuart Hall yang menambahkan bahwa konsep representasi adalah sebuah hal yang penting dalam studi tentang budaya, dimana representasi digunakan untuk menghubungkan makna dan bahasa dengan budaya (Hall, 1997, h. 15). Melalui representasi, maka dapat diketahui bagaimana kehidupan fans digambarkan melalui suatu media yakni film dokumenter. Maka, makna dibalik konsumsi atas produk budaya yang ada di dalam kehidupan fans JKT48 menjadi dapat terlihat.

Konsumsi yang dilakukan fans tersebut juga sepaham dengan apa yang dikatakan oleh Matt Hills. Ia menyimpulkan bahwa di dalam proses dan mekanisme budaya konsumerisme, fans adalah seseorang yang berubah menjadi seorang konsumen (Hills, 2002, h. 3). Para fans digambarkan sebagai konsumen yang dengan senang hati (karena dianggap sebagai hobi) mengonsumsi beberapa hal sebagai bentuk dukungan terhadap idolanya dengan membeli beberapa *merchandise*, poster, dan selalu menghadiri konsernya. Fans juga membeli tiket

untuk mengikuti *handshake event*, dimana mereka memiliki waktu untuk berpapasan dan berjabat tangan dengan idolanya. Konsumsi yang dilakukan secara terus-menerus itu, selain memberikan kesenangan bagi fans, juga telah memunculkan pemujaan terhadap idolanya (fetisisme).

Melalui bukunya yang berjudul *Popular Culture*, Dominic Strinati mengutip pernyataan Theodor Adorno dengan mengatakan bahwa fetisisme adalah suatu cara bagaimana produsen menunjukkan bahwa asas pertukaran dapat memaksakan kekuatannya secara khusus dalam produk-produk budaya (dalam Strinati, 2003, h. 63). Istilah fetisisme di dalam konteks ini dinyatakan oleh Adorno sebagai fetisisme komoditas. “Komoditas” ini adalah kata yang muncul dari pandangannya dalam melihat makna tersembunyi yang ada dibalik asas pertukaran yang merujuk pada uang (dalam Strinati, 2003, h. 64). Dikatakannya secara lebih lanjut bahwa asas pertukaran ini kemudian akan selalu mendominasi asas manfaat karena ekonomi kapitalis yang berputar di sekitar produksi, pemasaran, dan konsumsi komoditas akan selalu mendominasi kebutuhan-kebutuhan riil manusia. Asas pertukaran ini terlihat di dalam film dokumenter, dimana fans melakukan segala pertukaran untuk mendukung idolanya. Pertukaran yang dilakukan itu, terkait bentuk perwujudan fans dalam mendukung JKT48, adalah melalui berbagai produk-produknya yang *up to date*, seperti tiket konser, tiket *handshake*, poster, maupun CD/DVD yang dibuat oleh manajemen JKT48.

Ada banyak definisi dalam beberapa penelitian yang telah mbingkai fans secara berbeda-beda. Penelitian tentang fans cenderung tidak diasosiasikan

dengan fetisisme, dan ini dapat dilihat dari beberapa penelitian seperti, artikel jurnal tahun 2011 yang berjudul *Korean Wave di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet, dan Fanatisme pada Remaja* karya Aulia Dwi Nastiti (Mahasiswa Komunikasi Media, Universitas Indonesia), dan artikel jurnal tahun 2012 yang berjudul *Fanatisme Fans K-Pop dalam Blog Netizenbuzz* karya Pintani Linta Tartila (Mahasiswa FISIP, Universitas Airlangga). Pada dua artikel tersebut pembahasan fans merujuk pada konsep fanatisme.

Di dalam kaitannya dengan penelitian ini, film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” menceritakan bagaimana seorang fans melakukan konsumsi pada komoditas JKT48 sebagai cara mempertahankan eksistensi diri pada fans itu sendiri maupun JKT48. Peneliti melihat bahwa konsumsi seorang fans di dalam film dokumenter ini, bukan hanya mengarah pada aspek fanatisme atau konsumtivisme. Konsumsi tersebut mengarah pada tanda-tanda bahwa seorang fans melakukan pemujaan terhadap idolanya dengan memberikan dukungan melalui konsumsi yang intens, sehingga hal tersebut dapat dibaca sebagai fetisisme komoditas. Secara khusus, pemujaan itu terlihat melalui tanda-tanda adanya hal lain di dalam bentuk konsumsi yang dilakukan oleh fans, seperti rasa ingin mendekatkan diri, atau rasa cinta kepada idolanya. Sehingga, fans tidak dapat menjadi secara bebas menentukan pilihan untuk mencapai hal tersebut, mengingat hanya pengeluaran uang yang dapat merealisasikannya.

Melalui representasi pada film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana fetisisme komoditas dalam kehidupan fans JKT48. Analisis ini menjadi penting karena fetisisme komoditas jarang disinggung

di dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam melihat dan mendiskusikan kegiatan fans.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana representasi fetisisme komoditas fans JKT48 dalam Film Dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”?

C. Tujuan Penelitian

Menjelaskan representasi fetisisme komoditas dalam kehidupan fans JKT48 yang direpresentasikan dalam Film Dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Sebagai referensi penelitian kajian budaya yang khususnya mengarah pada kajian tentang fans (*fandom*).

2. Manfaat Praktis

Sebagai salah satu penelitian yang dapat memberikan gambaran tentang kehidupan fans JKT48.

E. Kerangka Teori

Analisis tentang representasi fetisisme komoditas fans JKT48 dalam Film Dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” akan dilakukan dengan menggunakan

beberapa teori sebagai pendekatan, yakni representasi, fans, dan fetisisme komoditas.

Representasi adalah teori dari Stuart Hall yang digunakan untuk menghubungkan makna, bahasa, maupun dengan budaya. Eksistensi bahasa sendiri misalnya, dapat digunakan untuk menerjemahkan konsep menjadi kata-kata, suara, atau gambar, sehingga isi yang disampaikan melalui film dokumenter ini dapat merepresentasikan makna dan mengomunikasikannya pada orang lain. Artinya, penggunaan teori ini bertujuan untuk memahami makna yang ada di dalam teks film “Idolaku, Jiwa Ragaku”.

Film dokumenter ini sendiri menampilkan beberapa tokoh yang secara keseluruhan berpartisipasi dalam alur penceritaannya. Tokoh-tokoh tersebut adalah Sandy, Emil, keluarga Sandy dan Emil, teman-teman komunitas Sandy, dan juga rekan-rekan kerja Emil. Walaupun ada banyak tokoh yang dimunculkan, secara dominan film dokumenter ini menitikberatkan pada penceritaan Sandy dan Emil sebagai fans JKT48. Hal tersebut dapat dibaca melalui tanda-tanda yang muncul dari narasi beberapa tokoh (khususnya keluarga) dan pengakuan Sandy dan Emil yang memiliki kegiatan sebagai fans JKT48.

Henry Jenkins dan Matt Hills, seperti yang sudah dikemukakan di latar belakang, memberikan beberapa definisi tentang fans. Mengingat bahwa definisi mereka cenderung berbeda, dan dengan melihat kesesuaian pada film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”, penelitian ini akan menggunakan definisi dan teori tentang fans dari Hills. Alasan penggunaannya sederhana, bahwa fans cenderung terobsesi dengan idola, ketimbang menjadi fans aktif yang memiliki ragam

kegiatan. Tentunya, hal tersebut tampak dari keseluruhan aspek di dalam film dokumenter, yakni alur, setting, tema, dan tokoh.

Ada begitu banyak konsep yang terkait dengan fans. Bahkan, seperti penelitian lain yang sudah dituliskan pada bagian “Latar Belakang”, fans cenderung diasosiasikan dengan fanatisme. Penelitian ini mencoba untuk mengasosiasikannya dengan pendekatan lain dengan menggunakan teori fetisisme komoditas. Adorno mengemukakan bahwa konsep fetisisme komoditas muncul ketika adanya suatu pergeseran pada aspek budaya. Saat pertunjukan musik telah beralih pada pemujaan tiketnya, ada hal lain yang muncul di dalam penilaian tentang suatu musik. Terkait dengan penelitian ini, fetisisme komoditas muncul saat fans memiliki nilai lain ketika melakukan praktik konsumsi dalam membeli tiket konser dan CD JKT48. Selain itu, teori ini juga akan menjadi basis dalam melakukan pembahasan dari interpretan-interpretan yang ditemukan melalui metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

1. Representasi

Menurut Stuart Hall (1997, h. 15), konsep representasi adalah sebuah hal yang penting dalam studi tentang budaya, dimana representasi digunakan untuk menghubungkan makna, bahasa, maupun dengan budaya. Selanjutnya, ada tiga hal yang dilibatkan di dalam sebuah proses representasi, yaitu penggunaan bahasa, tanda, dan gambar .

Hall juga menjelaskan bagaimana cara kerja representasi. Melalui *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, ada dua makna dalam penggunaan kata “representasi” tersebut , yakni (1997, h. 16):

- a) Representasi bisa muncul saat mendeskripsikan atau menggambarkan suatu hal, dimana saat itu juga ada pikiran yang muncul terkait deskripsi, gambaran, atau imajinasi; untuk menempatkan kemiripan di dalam pikiran atau indera kita. Pada bentuk pertama ini, Hall memberikan contoh seperti: jika kita sedang melihat gambar 13 orang yang sedang berkumpul bersama dan gambar itu biasanya ada di dalam gereja, interpretasi yang kemudian muncul bisa jadi mengarah pada perjamuan terakhir Yesus bersama dengan 12 muridnya.
- b) Representasi juga bisa berarti melambangkan, berdiri, menjadi sebuah model, atau untuk menggantikan, seperti misalnya pada kalimat, “ Dalam agama Kristen, salib merepresentasikan penderitaan dan penyaliban Kristus”.

Hall (1997, h. 17) lebih lanjut mengatakan bahwa representasi adalah konsep yang kompleks, karena pada dasarnya hal itu terkait dengan isi dari pikiran kita yang akan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Artinya, benda yang sedang kita lihat seperti gelas atau piring, jika sedang tidak dilihat berarti itu hanya ada di dalam pikiran kita. Gelas atau piring yang kita pikirkan kemudian, mengarah pada konsep “gelas” dan “piring” yang kita ketahui. Di situlah sebuah representasi muncul. Maka, Hall (1997, h. 18-19) kemudian mengatakan bahwa ada dua proses untuk menjelaskan tentang sistem representasi tersebut, yakni:

- a) Sistem

Pembentukan makna yang ada terjadi karena sistem konsep dan gambar yang terbentuk di dalam pikiran kita digunakan untuk mewakili atau merepresentasikan dunia, dimana hal tersebut merujuk pada hal-hal di dalam maupun di luar pikiran seseorang. Pembentukan makna yang muncul di dalam pikiran kita, sudah diorganisir, dari pengalaman-pengalaman tentang apa yang kita lihat, walaupun itu menjadi hal yang abstrak. Selain pengorganisasian, juga ada pengelompokan, pengaturan, dan pengklasifikasian objek, serta membangun hubungan yang kompleks. Tetapi, bagaimana pembentukan akan suatu makna itu bisa muncul di dalam pikiran kita akan berbeda-beda, sehingga menjadi sesuatu yang unik dari manusia. Sebuah interpretasi yang muncul untuk melihat dunia, adalah sebuah hal yang kita konstruksi juga. Maka, budaya terkadang dapat didefinisikan sebagai pendekatan dari “makna bersama atau peta konseptual bersama”.

b) Bahasa

Merepresentasikan atau mempertukarkan konsep dan makna memiliki tingkat lanjutannya yakni bahasa bersama. Bahasa adalah sistem representasi kedua yang dilibatkan dalam konstruksi makna. Peta konseptual kita perlu diterjemahkan ke dalam bahasa untuk membuat korelasi antara konsep dan ide dengan kata-kata tertentu yang dituliskan, suara atau gambar yang membawa makna sebagai sebuah tanda.

Tanda diorganisasikan menjadi tanda dan eksistensi bahasa dapat digunakan untuk menerjemahkan konsep menjadi kata-kata, suara atau gambar, dan dengan menggunakan beberapa hal itu, pengoperasian bahasa digunakan untuk mengekspresikan makna dan mengomunikasikan pikiran kepada orang lain. Di dalam hal ini, *fashion*, musik, kata-kata, juga dapat disebut sebagai bahasa.

Inti proses pemaknaan budaya ini ada pada hubungan antara kedua sistem representasi tersebut. Sistem representasi pertama, adalah sebagai pemberian makna atas dunia dari konstruksi yang dibangun dari rantai ekuivalensi antara benda dan sistem konsep. Sistem representasi kedua, merujuk pada konstruksi seperangkat koresponden antara peta konseptual dan seperangkat tanda, yang diatur dan diorganisasikan dalam berbagai bahasa yang mewakili sebuah konsep. Relasi antara sesuatu, konsep, dan tanda menjadi inti dari produksi makna dalam bahasa, dimana suatu proses yang menghubungkan ketiganya itu disebut representasi (Hall, 1997, h. 19). Kedua hal tersebut menjadi fokus di dalam penelitian ini dengan asumsi bahwa isi yang ditampilkan di dalam film adalah suatu bentuk konstruksi.

Representasi pada film dokumenter ini tentunya tidak dapat dilepaskan dari pemahaman tentang penggunaan teknik kamera. Sehingga peneliti juga akan menggunakan definisi dari beberapa jenis sudut pandang kamera untuk membantu dalam melihat representasi dalam film dokumenter. Menurut Marselli Sumarno (1996, h. 25) ada tiga faktor yang menentukan sudut

pandang kamera, yaitu besar kecil subjek, sudut subjek, dan ketinggian kamera terhadap subjek, seperti yang akan dijabarkan berikut:

a) Besar-kecil Subjek

1) Extreme Long Shot (ELS)

Shot yang diambil dari jarak yang sangat jauh. Mulai dari jarak 200 meter keatas. Shot ini bertujuan memperlihatkan situasi geografis. Pengambilan gambar dengan Extreme Long Shot digunakan ketika penonton diharapkan terkesan dengan luasnya jangkauan sebuah keadaan atau kejadian.

2) Long Shot (LS)

Sama dengan Extreme Long Shot untuk menunjukkan letak geografisnya, hanya saja shot ini digunakan untuk memperlihatkan hubungan antara subjek-subjek dan latar belakang.

3) Medium Shot (MS)

Pengambilan Medium Shot menggambarkan personal relationship pada obek, menunjukkan interaksi antar karakter. Selain itu, Medium Shot membuat kamera cukup dekat untuk merekam gesture dan ekspresi, dan sering digunakan pada film dokumenter pada saat mewawancarai narasumber.

4) Close shot (CS)

Istilah bebas untuk menyebut jarak dekat pemotretan, yaitu lebih dekat dari Medium Shot, tetapi belum sedekat Close Up.

5) Close up (CU)

Tembakan kamera pada jarak yang sangat dekat dan memperlihatkan hanya bagian kecil subjek. Close up cenderung mengungkapkan pentingnya objek dan sering memiliki arti simbolik, sehingga ekspresi dari objek akan terlihat.

6) Extreme close up (ECU)

Sebuah close up yang sangat besar, untuk mengungkapkan detail reaksi amnesia, sehingga ekspresi akan menjadi fokusnya dan lebih terlihat ketimbang Close Up.

b) Ketinggian Kamera Terhadap Subjek

Kamera bisa merekam subjek dengan sudut pengambilan normal (eye level), sudut pandang mendongak (low angle), dan sudut pandang dari atas (high angle). Ketinggian pengambilan kamera ini membawa dampak dramatis dan psikologis tertentu.

1) Sudut pandang normal (eye level)

Sudut pengambilan normal direkam dari level mata subjek, lebih bersifat netral dan biasa. Objek terlihat lebih superior, dominan, dan menekan

2) Sudut pandang mendongak (low angle)

Sudut pandang dengan kamera menghadap ke atas. Sudut pandang ini akan mengesankan kegagahan dan wibawa.

3) Sudut pandang high angle

Sudut pandang high angle akan memberikan efek sebaliknya dari low angle. Akan tetapi dapat juga dipakai untuk alasan teknis yang lain. Objek akan terlihat imperior dan tertekan.

c) Gerakan Kamera Komposisi

Menurut Askurifai Baskin (2006, h. 42), untuk menciptakan gambar yang dinamis dan dramatis, kita perlu mengenal macam-macam gerakan kamera. Antara lain;

1) Zooming

Suatu pergerakan lensa kamera menuju (in) objek atau menjauh (out) dengan posisi kamera diam ditempat. Sehingga menimbulkan efek membesar bila mendekat (in) dan mengecil bila menjauh (out).

2) Tilting

Suatu gerakan kamera keatas (up) dan kebawah (down) tanpa memindahkan posisi kamera. Gerakan ini penonton memiliki kesan penasaran yang ditimbulkan dengan cara perlahan.

3) Panning

Gerakan kamera ke kanan (pan right) dan ke kiri (pan left) tanpa memindahkan posisi kamera. Efek yang ditimbulkan sam dengan gerakan tilting.

4) Follow

Gerakan kamera mengikuti objeknya. Sehingga gambar yang dihasilkan lebih bervariasi.

Teknik pengambilan gambar seperti yang sudah disampaikan pada paragraf sebelumnya, merupakan unsur penting di dalam representasi, mengingat bahwa teknik pengambilan gambar memiliki pengaruh pada bentuk konstruksi dari suatu film. Melalui buku *Cultural Studies* (2004, h. 8), Chris Barker menegaskan bahwa representasi dapat dimaknai melalui konstruksi sosial yang disajikan kepada khalayak sehingga memunculkan pemaknaan tertentu. Sehingga, pemaknaan tentang kehidupan Sandy dan Emil di film dokumenter ini kemudian dapat diartikan sebagai fans.

2. Fans

Melalui teori representasi, dapat diketahui bahwa rangkaian cerita tentang fans tersebut mengarah pada penggambaran fans JKT48, dimana mereka terlihat memberikan dukungan dan memiliki perhatian kepada idolanya. Segala tanda yang tampak di dalam film dokumenter ini dapat dipahami sebagai realitas, walaupun bukanlah suatu kenyataan utuh tentang fans JKT48. Sudut pandang yang digunakan pada film dokumenter ini telah mengarahkan kisah Sandy dan Emil sebagai gambaran fans JKT48, dengan latar belakang mereka masing-masing tentunya.

Fans tidak secara langsung lahir dengan sendirinya. Matt Hills mengatakan bahwa fans lahir dari kesukaan berlebih dari seorang audiens terhadap bintang tertentu, selebritas, film, acara TV, atau grup musik (2002, h. viii). Hal ini lah yang kemudian memisahkan fans dengan non-fans (sebagai audiens secara umum). John Fiske (1992, h. 34) mendefinisikan audiens sebagai mereka yang melakukan konsumsi atas teks, dimana fans adalah

seorang yang melakukan kegiatan lebih dari itu, karena ia adalah sebagian dari audiens yang menyukai produk budaya tertentu seperti, acara televisi, film, buku, artis musik, klub sepakbola, maupun selebritas. Fiske (1992, h. 35), secara lanjut, menjelaskan bahwa fans dapat dibedakan dari audiens lain karena adanya semangat, percaya diri, atau bahkan atribut tertentu untuk menandai jati diri seorang fans.

Matt Hills, melalui bukunya yang berjudul *Fan Cultures* (Hills, 2002, h. viii) memberikan pengertian bahwa fans dapat kita kenali sebagai kelompok orang yang terobsesi dengan bintang tertentu, selebritas, film, acara TV, atau grup musik. Fans juga dikatakan sebagai seseorang yang dapat mengumpulkan banyak informasi tentang objek mereka melalui, misalnya, mengutip suatu baris pada lagu-lagu. Secara lebih lanjut untuk memahami fans, Joli Jensen (1992, h. 10) menyebut fans sebagai “*a result of celebrity—the fan is defined as a response to the star system*”. Artinya, eksistensi fans berada dalam lingkaran *fan-star relation* dimana fans adalah pihak pasif yang sekedar menyambut segala pancingan yang diumpangkan oleh media.

Fans musik misalnya, akan menerima secara pasif apa yang ada di dalamnya sebagai suatu teks dan membiarkan dirinya larut dalam teks yang disajikan oleh media, sehingga menjadi kelompok fans yang menyukai musik secara lebih, atau menyukai artisnya secara lebih. Sifat fans yang pasif itu, menurut Hills (2002, h. 7), membuat fans kemudian dianggap sebagai kelompok yang bisa jadi dipandang tidak rasional oleh masyarakat umum. Artinya, relasi yang muncul antara fans dengan media (sebagai teks) ini

menjadi hal yang berbeda jika dibandingkan dengan non-fans. Di dalam batas tertentu, bisa dibilang bahwa audiens yang sudah berubah menjadi fans, pada akhirnya menerima makna yang ditawarkan oleh beberapa media melalui konsumsi atas teksnya. Konsumsi yang dilakukan oleh fans tersebut sepaham dengan apa yang dikatakan oleh Hills (2002, h. 3), yang menyimpulkan bahwa di dalam proses dan mekanisme budaya konsumerisme, fans adalah seseorang yang berubah menjadi seorang konsumen.

Singkatnya, meski fans adalah kelompok margin, industri dengan jitu memperhitungkan keberadaan mereka dengan membidiknya sebagai konsumen (Hills, 2002, h. 5). Tentu industri tidak peduli apakah fanserberdayakan atau tidak, apakah fans bisa menjadi kelompok aktif atau tidak dalam kuasa atas eksistensi mereka sendiri. Selama fans menjadi konsumen potensial, maka cukuplah bagi industri.

Melalui konsep tentang fans dari Hills, dapat diasumsikan bahwa Sandy dan Emil, sebagai fans JKT48, mengalami pola konsumsi yang mengarahkannya menjadi konsumen dari produk-produk JKT48, dimana fans atas produk budaya tersebut menjadi pasif. Fans JKT48 sebagai penikmat budaya yang pasif, telah membiarkan dirinya menerima penawaran-penawaran dari manajemen JKT48 untuk terus menjaga eksistensi dalam mencintai idolanya itu. Pada saat seseorang mengalami hal tersebut, ia cenderung dianggap oleh lingkungannya sebagai seorang yang irasional, seperti yang diperlihatkan melalui kemunculan ibu Sandy dan istri Emil. Anggapan tersebut muncul dari kegiatan konsumsi dan perhatian fans yang tampaknya tidak

sesuai dengan ekspektasi dari keluarga terdekat. Artinya, fans mengalami kecenderungan untuk menerima dan mengalami dominasi dari sistem manajemen JKT48, dimana hal tersebut mengarah pada suatu bentuk fetisisme komoditas pada diri fans JKT48.

3. Fetisisme Komoditas

Di dalam perspektif teori kritis, fetisisme mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Karl Marx ketika menganalisis mengapa individu yang terdominasi dapat menerima dan mengadopsi kepercayaan yang dapat mendukung dan mereproduksi status quo kapitalisme (Strinati, 2003, h. 62). Menurut Marx (dalam Strinati, 2003, h. 62), cara seorang individu menerima dan mengalami dominasi kapitalis, berbeda dari cara bagaimana sistem kapitalisme itu bekerja. Berbeda dengan teori dominasi atau hegemoni sistem kapitalisme, dalam teori fetisisme komoditas, yang menjadi fokus adalah bagaimana kapitalisme bekerja membentuk kepercayaan pada tataran individu. Pada fetisisme komoditas ini, kebutuhan seorang individu didominasi dan dikaburkan oleh suatu objek kenikmatan atau kepuasan semu yang diperoleh dari komoditas tersebut (Ripstein, 1987, h. 3). Sehingga, konsumsi seseorang terhadap suatu produk tidak berada pada level yang dibutuhkan, tetapi pada level dimana seseorang tidak mengetahui fungsi utama produk tersebut.

Musik misalnya, sebagai komoditas tampil dalam dua gejala (Adorno, 1991, h. 1). Gejala tersebut yang mengantarkan pada penjelasan singkat bagaimana fetisisme komoditas sebenarnya bisa terjadi melalui produk-produk budaya. Pertama, sifat unik, sosial, dan konkret penciptaan musik telah

dihilangkan dari lagu atau produk itu. Adorno mengatakan bahwa lagu atau musik itu sudah benar-benar berubah menjadi benda semata. Kedua, karena bisa dipertukarkan sebagai komoditas, lagu-lagu tak lagi dikenal komponisnya, namun lebih pada hanya semata-mata lagu itu sendiri dan sebuah barang dari artis musiknya. Artinya, musik sebagai salah satu bentuk kesenian, telah mengalami perubahan sifat dari seni yang estetik menjadi seni yang mekanik. Terjadinya perubahan tersebut, menurut Adorno adalah dampak dari bagaimana seni musik yang dulunya dihasilkan murni oleh para musisi seperti Mozart, Beethoven, atau Bach, kini berubah menjadi musik yang dihasilkan oleh para musisi dibawah kendali dari industri (Adorno, 1991, h. 4). Artinya, ia mengatakan bahwa masuknya peran industri dalam dunia musik adalah awal perubahan dari esensi suatu musik.

Industri yang dimaksudkan tersebut bisa diasumsikan sebagai label rekaman dan sponsor yang memiliki peran dalam proses produksi dan distribusi musik-musik dari para seniman musik. Artinya, label rekaman dan sponsor pada dasarnya telah berhasil membuat otoritas melalui kontrak dengan para musisi, sehingga muncul standar tertentu dari musik tersebut dengan menggunakan unsur-unsur penting dari musik-musik yang sedang populer. Bentuk standar dari musik itu disebut oleh Adorno sebagai standarisasi musik (Adorno, 1991, h. 38). Yasushi Akimoto, sebagai pendiri sekaligus kepala di dalam manajemen JKT48 (dan 48 family lainnya di berbagai negara), menerapkan konsep yang sudah dibuat lebih dulu di bawah nama AKB48. Mulai dari penggunaan seragam pada saat konser, lagu-lagu, bahkan

komoditas-komoditas untuk fans pun dibuat serupa dengan AKB48. Komoditas yang dijual dengan cara JKT48, seperti konser yang dijadwalkan setiap hari dan kupon di dalam CD, telah memampatkan ragam kegiatan fans sebagai individu yang kegiatannya hanya seputar konsumsi saja. Hal tersebut, menurut pandangan Adorno, bisa diasumsikan sebagai standarisasi yang sengaja dibuat oleh manajemen JKT48.

Bentuk standarisasi tersebut kemudian juga menghasilkan individualisasi semu, dimana musik-musik baru yang dibuat oleh Akimoto untuk JKT48 seperti terdengar baru, padahal unsur-unsurnya pernah ada di dalam lagu-lagu lain, khususnya lagu pop di Jepang. Lagu-lagu milik AKB48 disadur sama persis untuk JKT48 dengan mengganti bahasa Jepang menjadi bahasa Indonesia. Adorno (1991, h. 38) mengatakan bahwa pemilihan bahasa dan kata dapat menjadi suatu ciri khas dari setiap musik, dimana yang terjadi sebenarnya adalah suatu bentuk individualisasi semu, karena penggunaan bahasa dan liriknya tetap terdengar hampir sama.

Terjadinya individualisasi semu ini tidak bisa dihindari oleh pasar mengingat bahwa produksi dan distribusi yang dilakukan oleh label rekaman dan sponsor telah disajikan kepada pasar, sesuai dengan apa yang setidaknya mereka lihat sebagai peluang dari suatu bisnis musik. Artinya, semua hal yang sudah masuk menjadi pasar, tentunya akan menjadi komoditas sehingga apresiasi budaya masyarakat tentang musik dilakukan dalam pengertian uang.

Di dalam sistem manajemen JKT48, alih-alih ingin memberikan dukungan pada idola, fans dibentuk menjadi seorang konsumen yang

mengeluarkan uangnya secara suka rela. Saat uang ini digunakan untuk melakukan konsumsi terkait komoditas JKT48, manajemen JKT48 telah menjadikan fans menjadi pasar potensial melalui pengalihan kebutuhannya. Sehingga yang terjadi kemudian adalah fans mengalami perkembangan daya apresiasi yang terhambat dimana mereka menerima apa yang ditawarkan oleh manajemen JKT48.

Bentuk apresiasi tersebut mengalami suatu regresi dimana yang terjadi adalah bagaimana perkembangan daya apresiasi dalam mendengarkan musik dan memberikan dukungan menjadi terhambat, sehingga daya apresiasi itu mundur, atau lebih tepat lagi, tertambat pada tahap *infantile* (kekanak-kanakan). Pada saat regresi ini muncul, yang terjadi kemudian adalah reifikasi pada produk budaya yang salah satunya adalah CD yang berisi lagu-lagu, merchandise, dan tiket konser. Pada saat masyarakat menanamkan simbol tertentu pada apa yang ia puja, ada bentuk reifikasi pada produk yang sedang ia puja (Adorno, 1991, h. 45). Pemujaannya sendiri disebut fetisisme, dimana hal tersebut artinya pemujaan pada produk sebagai objek reifikasi.

Reifikasi adalah faktor munculnya fetisisme pada seseorang. Pada saat seseorang merasakan suatu kesenangan, bukan lantas seseorang tersebut mengabaikan hal yang lain, hanya saja satu hal yang sedang disenangi membuatnya tidak berpaling kepada hal yang lain. Hal tersebut bisa terjadi karena seseorang menganggap ada suatu nilai yang muncul ketika ia mengonsumsi sesuatu. Misalnya, saat merchandise dan CD dirasa mampu

untuk mendekati diri pada idolanya, ia akan berusaha untuk membelinya dengan harga berapa pun.

Hal tersebut tampaknya juga terjadi pada diri fans JKT48, sehingga mereka menganggap ada nilai yang muncul pada saat mengonsumsi beberapa hal, seperti: tiket konser teater FX Sudirman yang akumulasi jumlah pembelian tiketnya bisa digunakan untuk mendapatkan hadiah eksklusif dari JKT48, CD dengan kupon di dalamnya yang dapat digunakan untuk mendukung oshi, atau bahkan tiket handshake event yang digunakan untuk dapat bersalaman dan berbicara dengan oshi yang dipilih. Sehingga, pada tahap ini manajemen JKT48 bukan menyadari munculnya fans sebagai kecintaan seseorang terhadap idolanya saja, melainkan sengaja menciptakan fans yang diposisikan untuk menjaga eksistensi idolanya itu dengan dalil sebagai bentuk dukungan.

Selain dari standarisasi, individualisasi semu, dan reifikasi, ada tingkatan-tingkatan untuk melihat seberapa jauh fetisisme komoditas yang dialami oleh fans. Peneliti meminjam istilah fetisisme yang dimunculkan oleh Sigmund Freud, melalui teori psikoanalisis-nya. Di dalam buku panduan ilmu psikologi revisi ke-4 yakni *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM)* terdapat fetisisme sebagai salah satu kategori yang dipelajari di dalamnya. Walaupun teori tersebut mengarah pada fetisisme seksual, peneliti mencoba untuk mengaitkannya dengan riset ini dengan mengganti konteks seksual menjadi komoditas, mengingat yang menjadi fokus di dalam penelitian ini adalah representasi pada fetisisme komoditas.

Konsep fetisisme, selain digunakan untuk melihat pendekatan pada fenomena dari industri budaya, juga digunakan oleh Sigmund Freud dalam melihat gejala abnormal seseorang. Freud menempatkan fetisisme untuk melihat fenomena pemujaan seseorang terhadap seksual. Seperti yang terlihat pada DSM, ada beberapa kriteria atau wujud dari fetisisme itu sendiri. Peneliti memunculkan konsep fetisisme dari Freud karena melihat adanya kecenderungan yang lebih tepat dalam melihat gejala fetis seseorang dimana hal tersebut tidak ditemukan di dalam konsep fetisisme yang digunakan dalam pembahasan tentang industri budaya.

Di dalam DSM-IV dijelaskan bahwa fetisisme pada umumnya dapat diterima oleh masyarakat selama tidak terjadi kekerasan akibat pemaksaan dalam memenuhi kebutuhan, walaupun akan menjadi berbahaya bila perilakunya mulai ekstrim. Beberapa tingkatan yang dibuat oleh peneliti, berdasarkan asumsi dari DSM-IV yang dikaitkan dengan fokus penelitian ini (fetisisme komoditas pada idola), yakni:

- a) Pemuja (Desires). Ini adalah tahap awal. Tidak terlalu terpengaruh atau terlalu mengganggu pikiran. Seseorang mulai mengidolakan JKT48, dan juga beberapa anggota dari grup tersebut sebagai idolanya, tanpa mengganggu pikiran dari seseorang tersebut.
- b) Pecandu (Cravers). Ini adalah tingkatan lanjutan dari tingkat awal. Pada saat masuk ke tahap ini, seorang mengalami konformitas dan menjadi pasif, dimana psikologi seorang tersebut membuat dirinya merasa semakin membutuhkan adanya JKT48 di dalam rutinitas sehari-hari,

seperti contohnya dengan semakin naiknya intensitas untuk mengikuti perkembangan, mendengarkan lagu, atau menonton video-nya.

c) Fetishist Tingkat Menengah. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, seseorang mulai membeli CD atau poster terkait dengan hasratnya yang semakin meningkat untuk bisa dekat dengan idolanya, tanpa peduli berapa pun harga dari barang yang dikonsumsi. Di dalam tahap ini juga, fans mulai mengidolakan satu atau dua anggota (oshi) tertentu.

d) Fetishist Tingkat Tinggi. Lanjutan dari tingkat ketiga, pada tingkat ini fans tidak peduli dengan hal lain di luar fetis-nya. Fans ingin semakin dekat dengan oshi-nya dengan membeli poster atau CD yang semakin banyak jumlahnya. Selain itu, fans juga datang ke beberapa acara yang bisa membuatnya bertemu dengan oshi, baik itu konser sehari-hari di gedung teater atau konser merayakan ulang tahun. Fans mulai tidak peduli dengan berapa harga yang dihabiskan dan segala konsekuensi lingkungan untuk bisa merealisasikan keinginannya tersebut, sehingga mereka kemudian cenderung terlihat seperti tidak mengetahui fungsi dari apa yang diinginkan.

e) Fetishistic Murderers. Fans rela membunuh, bahkan memutilasi oshi.

Tingkatan fetisisme digunakan untuk memudahkan melihat bagaimana proses perkembangan fans yang kemudian mengarah pada fetis. Tingkatan tersebut tentunya juga melalui prosedur dari pemenuhan aspek kebutuhan, yang secara khusus telah menempatkan satu kebutuhan dari penyebab fetis, sebagai kebutuhan yang utama. Maka, melalui hirarki kebutuhan Maslow

(1988, h. 39), mestinya fans akan memenuhi empat kebutuhan utama sebelum masuk pada kebutuhan aktualisasi diri dalam memberikan dukungannya pada JKT48. Tetapi, cerita dalam film dokumenter ini, kebutuhan aktualisasi diri terlihat paling ditekankan oleh fans, sehingga terlihat begitu mendominasi ketimbang kebutuhan lainnya.

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan analisis isi kualitatif. Kriyantono (2008, h. 249) menjelaskan bahwa analisis isi kualitatif berfokus pada isi komunikasi yang tersurat, sehingga tidak dapat digunakan untuk mengetahui isi komunikasi yang tersirat. Secara teknik, analisis isi mencakup upaya-upaya, klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi (Bungin, 2012, h. 84-85).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah film dokumenter berjudul “Idolaku, Jiwa Ragaku” yang dirilis pada tahun 2014.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sejumlah data dan fakta tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi dan bersifat tak terbatas pada ruang dan waktu,

sehingga memberi ruang pada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam (Bungin, 2007, h. 121).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” yang dirilis pada tahun 2014. Fokus penelitian ini adalah pada kehidupan dua orang fans yakni Sandy dan Emil, yang dihadapkan pada permasalahan dalam keluarga masing-masing, yakni Sandy dan ibunya, serta Emil dan istrinya. Tetapi, sekuen pertama tidak digunakan sebagai objek penelitian karena masih belum masuk kepada fokus penceritaan, yakni tentang kegiatan Sandy dan Emil sebagai fans JKT48.

Film ini pernah diputar di sebuah program acara bernama Eagle Awards Documentary Competition (EADC) yang ditayangkan di Metro TV dan juga bisa didapatkan dari situs youtube.com dari akun bernama Vincentius Kresna Bayu yang sering mengunggah video-video terkait JKT48. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur yang memiliki relevansi dengan topik penelitian yang didapatkan melalui buku.

4. Metode Analisis

Teknik analisis yang akan digunakan adalah semiotika. Semiotika dipilih karena kajian ini dinilai mampu memberi ruang bagi sang peneliti untuk membongkar “pesan tersembunyi” dalam film (Irawanto, 1999, h. vii). Langkah awal analisis adalah dengan membagi film berdasarkan sekuen-sekuen. Di dalam film dokumenter ini terdapat dua orang fans yang masing-masingnya diceritakan secara berbeda, khususnya dengan alur Sandy-Emil yang diceritakan secara berganti-gantian. Setiap penceritaan

panjang fans tentunya memiliki kesesuaian tema, yang kemudian akan berubah ketika memasuki cerita dari fans yang lain. Kesesuaian tema pada penceritaan dari setiap fans itulah yang dilihat oleh peneliti dalam membagi film ini berdasarkan sekuen. Sedangkan metode analisis semiotika Charles S. Peirce digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses semiosis dalam struktur triadik di dalam film dokumenter “Idolaku Jiwa Ragaku”. Sehingga, semiotika Peirce dengan konsep ikon, indeks dan simbolnya dapat memberikan penjelasan yang detail dengan objek penelitian ini.

Analisis pada sekuen dilakukan dengan bantuan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (sign/representamen), objek, dan interpretan. Representamen adalah bagian tanda yang dapat dipersepsi indera yang merujuk pada suatu yang diwakili olehnya yang disebut dengan objek. Prinsip dasarnya adalah bahwa tanda bersifat representatif, yaitu tanda adalah “sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain”. Kemudian interpretan adalah interpretasi yang lebih luas dari proses penafsiran hubungan antara representamen dengan objek. Oleh karena itu, bagi Peirce tanda tidak hanya representatif namun juga interpretatif.

Di dalam melihat proses interpretasi, Peirce membedakan tiga jenis tanda yang mungkin ada. (1) Hubungan antara tanda dan acuannya dapat berupa hubungan kemiripan; tanda itu disebut ikon. (2) Hubungan ini dapat timbul karena ada kedekatan eksistensi; tanda itu disebut indeks. (3) akhirnya hubungan itu dapat pula merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional; tanda itu adalah simbol (Sudjiman dan Zoest, 1992, h. 8-9).

Sedangkan acuan bagi tanda ini disebut objek. Objek merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Interpretan atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk oleh sebuah tanda. Hal terpenting dalam proses signifikasi adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda tersebut digunakan dalam proses berkomunikasi. Di dalam proses pemaknaannya, peneliti menggunakan data dan informasi dari beberapa referensi seperti buku, artikel, maupun jurnal. Melalui cara ini peneliti ingin menjaga agar hasil penelitian ini menjadi tidak begitu subjektif.

Menggunakan metode Peirce bertujuan untuk mengetahui tanda-tanda yang direpresentasikan oleh film, dan dengan metode triadiknya, Peirce dapat melakukan identifikasi tanda sampai pada 66 jenis. Peneliti membatasi struktur triadik tanda dalam representamen, objek, dan interpretan. Maka, untuk dapat menganalisis struktur triadiknya, peneliti akan melakukan beberapa hal sebagai berikut:

- a) Melihat beberapa tanda yang dominan di dalam setiap sekuen sehingga kemudian dapat dikategorikan sebagai representamen.
- b) Menghubungkan representamen dengan konteks sosial dengan tidak menutup kemungkinan menggunakan referensi lain untuk mendapatkan objek yang cenderung lebih relevan dengan realitanya.
- c) Menghubungkan representamen dan objek untuk menafsirkan makna yang ada dibalik tanda tersebut.

Selanjutnya, untuk melakukan analisis secara keseluruhan pada film dokumenter ini, peneliti akan melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a) Membuat anatomi film untuk melihat keseluruhan data yang akan digunakan sebagai dasar dari penelitian.
- b) Membagi film berdasarkan beberapa sekuen. Hal ini dilakukan dengan mengamati secara teliti kemudian mengidentifikasi sekuen-sekuen yang berkaitan dengan topik penelitian yakni konsep fetisisme komoditas pada seorang fans.
- c) Melihat signifikansi terkait makna yang berkaitan dengan konsep fetisisme komoditas di balik tanda-tanda yang muncul dalam setiap sekuen yang telah dipilih.
- d) Menentukan dan menganalisis struktur triadik yakni representamen, objek, dan interpretan dari setiap sekuen yang sudah dipilih.
- e) Hasil analisis tersebut akan menjadi dasar dalam analisis untuk selanjutnya dikombinasikan dengan data sekunder yakni literatur yang relevan dengan fetisisme komoditas fans.

5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan dibagi dalam empat bagian sesuai dengan isi pada masing-masing bab. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing bagian:

- a) Bab I adalah pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metodologi penelitian.

- b) Bab II adalah deksripsi objek penelitian yang berisi penjelasn secara umum mengenai film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”.
- c) Bab III adalah pembahasan yang berisi mengenai temuan data dan analisis yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan teori serta literatur yang ada.
- d) Bab IV adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

