

Abstrak

Kultur *fandom* JKT48 tumbuh subur mengiringi idolanya selama sembilan tahun sejak kemunculan pertama JKT48 pada tahun 2011. Konsep “*Idol that you can meet everyday*” menciptakan ikatan emosional *fans* dengan idolanya, eksistensi JKT48 pada arena digital menggeser dinamika interaksi *fans* dan idola pada ruang yang lebih luas yaitu internet. Penelitian ini bertujuan mengungkap pembentukan pengalaman dan penguatan habitus *fans* JKT48 melalui interaksi *online fans* dan idola di Youtube. Penelitian ini menggunakan metode netnografi. Data diambil melalui wawancara mendalam kepada anggota *fanbase* JKT48 regional Yogyakarta, dan dilakukan observasi Youtube terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fans* tidak hanya bekerja secara kolaboratif untuk mendukung idola, namun justru ada nuansa kompetitif yang ketat dalam fandom JKT48. Perbedaan motivasi dan kepemilikan modal menjadi menjadi basis pembeda pembentukan pengalaman *fans* selama perjalanan interaksi *online*. Youtube menjadi ruang terbuka bagi *fans* yang ingin berinteraksi dengan idolanya secara gratis, namun untuk memperoleh kepuasan lebih, *fans* harus memiliki hasil interaksi modal digital dan modal *offline* yang positif. Sisi kompetitif dalam fandom terletak pada upaya *fans* untuk memperoleh *privilege* tinggi dengan akumulasi modal yang dimiliki. Hingga mampu dekat dengan idola dan memproduksi konten layaknya JKT48 dan menjadikan *fans* yang lebih rendah posisinya sebagai pasar.

Kata Kunci: *Fandom*, interaksi *online*, habitus, kesenjangan digital.

Abstract

JKT48's fandom culture has thrived alongside its idols for nine years since the first appearance of JKT48 in 2011. The concept of "Idol that you can meet every day" creates an emotional bond between fans and their idols, the existence of JKT48 in the digital arena shifts the dynamics of interaction between fans and idols in a wider space, namely the internet. This study aims to reveal the formation of experiences and strengthening the habitus of JKT48 fans through online interactions of fans and idols on Youtube. This study uses a netnographic method. Data were taken through in-depth interviews with Yogyakarta regional JKT48 fanbase members, and related Youtube observations were made. The results show that fans not only work collaboratively to support idols but there is a tight competitive atmosphere in the JKT48 fandom. Differences in motivation and ownership of capital become the basis for differentiating the formation of fan experiences during the journey of online interaction. Youtube is an open space for fans who want to interact with their idols for free, but to get more satisfaction, fans must have positive results from the interaction of digital capital and offline capital. The competitive side in fandom lies in the fans' efforts to obtain high privileges with the accumulated capital they have. To be able to be close to idols and produce content like JKT48 and make lower-level fans the market.

Keywords: *Fandom, online interaction, habitus, digital divide.*