

# KOMODIFIKASI DAN SEGMENTASI *AIDORU* DALAM AKB48



## SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Sarjana untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Departemen Sastra Jepang pada  
Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas Hasanuddin*

**Oleh:**

**YEKARISTI NOBER WIJAYANTO**

**F91114001**

**DEPARTEMEN SASTRA JEPANG**

**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2019**



**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**FAKULTAS ILMU BUDAYA**  
**DEPARTEMEN SASTRA JEPANG**

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 6177/UN4.9.1/DA.08.04/2018 pada tanggal 18 Oktober 2018, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul “**Komodifikasi dan Segmentasi Aidoru dalam AKB48**” untuk diteruskan kepada panitia ujian skripsi Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 6 Mei 2019

Konsultan I



**Dias Pradadimara, M.A., M.S.**  
NIP. 196412171998031001

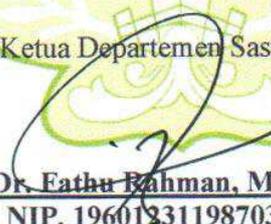
Konsultan II



**Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D**  
NIP. 197109032005012006

**Disetujui untuk Diteruskan kepada Panitia Ujian Skripsi**

Plt. Ketua Departemen Sastra Jepang



**Dr. Fathu Rahman, M.Hum.**  
NIP. 196013311987031025



**SKRIPSI**

**KOMODIFIKASI DAN SEGMENTASI *AIDORU* DALAM AKB48**

Disusun dan diajukan oleh:

**YEKARISTI NOBER WIJAYANTO**

**No. Pokok: F91114001**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada tanggal 22 Mei 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**Menyetujui**

**Komisi Pembimbing**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

Konsultan I

Konsultan II

Dias Pradadimara, M.A., M.S.  
NIP. 196412171998031001

Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D  
NIP. 197109032005012006

Dekan Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas Hasanuddin

Plt. Ketua Departemen Sastra Jepang  
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. Akin Duli, M.A  
NIP. 196407161991031010

Dr. Fathu Rahman, M.Hum.  
NIP. 196012311987031025

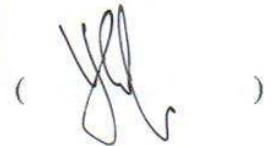


**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**FAKULTAS ILMU BUDAYA**  
**DEPARTEMEN SASTRA JEPANG**

Pada hari Rabu tanggal 22 Mei 2019, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul “**Komodifikasi dan Segmentasi Aidoru dalam AKB48**” yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 24 Mei 2019

**Panitia Ujian Skripsi:**

- |                 |   |   |
|-----------------|---|---|
| 1. Ketua        | : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S.         | (  ) |
| 2. Sekretaris   | : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D. | (  ) |
| 3. Penguji I    | : Nursidah, S.Pd., M.Pd.                    | (  ) |
| 4. Penguji II   | : Yunita El Risman, S.S., M.A.              | (  ) |
| 5. Konsultan I  | : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S.         | (  ) |
| 6. Konsultan II | : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D. | (  ) |



*These parts of the work should be called: “a best means for getting a headache!”*

– Vladimir Lenin –

-----

***Kupersembahkan skripsi ini kepada yang selalu bertanya:  
"Kapan skripsimu selesai?"***

***Lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan maupun sebuah aib. Alangkah dangkalnya pemikiran bila mengukur kepintaran seseorang hanya dari siapa yang cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu selesai tepat waktu ataupun tidak tepat waktu.***

-----

*Seorang terpelajar harus sudah berbuat adil sejak dalam pikiran, apalagi dalam perbuatan.*

– Pramoedya Ananta Toer –



## KATA PENGANTAR

Pertama kali saya mengenal AKB48 adalah ketika duduk di kelas 2 SMA. Teman-teman cowok kelas saya yang pertama kali “memperkenalkannya”. Namun, tidak langsung ke AKB48, tapi melalui saudarinya terlebih dahulu, yaitu JKT48. Awalnya, saya merupakan seorang *hater* JKT48 dan semua 48 yang bersaudari dengannya. Saya tidak suka ketika setiap hari teman-teman cowok di kelas saya memutar lagu JKT48, menggosipkan member JKT48, dan berbagai hal lainnya yang berhubungan dengan JKT48. Namun, karena setiap hari “mengonsumsi” semua itu dari teman-teman, saya menjadi dan penasaran: “*apa sih yang membedakan JKT48 dengan grup lainnya?*”. Setelah mencari tahu, ternyata saya menelan ludah saya sendiri dengan menjadi salah satu penggemar JKT48.

Ketika berkuliah di Sastra Jepang, saya mencoba menaikkan sedikit selera saya dengan menjadi penggemar AKB48. Ternyata susah-susah-gampang karena terkendala bahasa, tapi sistemnya mirip dengan JKT48. Oleh karena itulah, saya memutuskan untuk menjadikan AKB48 sebagai objek penelitian pada skripsi saya.

Dalam mengerjakan skripsi ini, saya mengakui bahwa sangat menguji iman saya dikarenakan para member AKB48 yang memang cantik dan seksi. Demi skripsi ini, saya rela mengorbankan beberapa file di laptop saya untuk dihapus agar dapat mengunduh berbagai video konser dan acara televisi yang bintang tamunya AKB48. Saya berharap skripsi saya ini dapat membantu pembaca ataupun peneliti yang hendak membahas atau hanya sekadar ingin tahu bagaimana AKB48 dari AKB48.



Saya ingin berterima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan kemudahan bagi saya dalam mengerjakan skripsi ini. Pertama-tama, tentu saja kepada Tuhan Yang Maha Esa karena yang telah memberikan nikmat dan kemudahan bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, skripsi ini juga tidak akan selesai tanpa dukungan dari orang tua saya yang tercinta, Bapak Yaksan Rudyanto Tulak dan Mama' Rania Sulle, serta kedua adik saya, Yengki Napril Wijayanto dan Yerindi Alfret Wijayanto, yang tidak pernah mengganggu saya ketika sedang mengerjakan skripsi ini. Juga kepada orang tua tidak sedarah yang juga saya panggil Bapak dan Mama' yang telah merawat saya dari masih bayi hingga SMA, Bapak Hatim dan Mama' Yohana serta kakak Yuharni, yang tak jarang memberikan bantuan materiel berupa uang ketika mengerjakan skripsi ini. Kemudian, terdapat juga pihak-pihak yang telah berjasa dalam pembuatan skripsi ini, antara lain.

1. Pembimbing saya, Drs. Dias Pradidamara, M.A., M.S. (Pak Dias), yang dengan guyonan-guyonannya tidak pernah membuat kami selaku mahasiswa bimbingan beliau yang sedang konsultasi mengenai perkembangan skripsi tidak pernah merasa bosan ketika konsultasi dan juga kepada Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D. (Meta Sensei), yang merupakan *sensei* kece yang selalu memperhatikan setiap detail skripsi saya. Terima kasih atas segala kritik, saran, dan motivasinya!

2. Pembantu saya, Nursidah, S.Pd., M.Pd. (Ida Sensei) dan Yunita El Risman (Yunita Sensei), yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi saya menjadi lebih baik. Terima kasih banyak, Sensei!



3. *Sensei-tachi* lain yang telah memberikan banyak ilmu kepada saya ketika kuliah, Taqdir Sensei, Rudy Sensei, Kasma Sensei, Imelda Sensei, Fithy Sensei, Fany Sensei, Reza Sensei, Harisal Sensei, Fitri Sensei, Yayat Sensei. 先生、心から感謝します。どうもありがとうございました。 Juga kepada Bu Uga yang telah ramah kepada saya dalam membantu administrasi, terlebih ketika pengurusan berkas ujian skripsi. Terima kasih banyak, Bu!
4. Karl Marx, atas sumbangsuhnya dalam bentuk pemikiran yang menjadi akar pemikiran dari para Pemikir Mazhab Frankfurt, khususnya pemikiran Theodor Adorno dan Max Horkheimer yang saya gunakan dalam skripsi saya.
5. Teman-teman KKN Tematik Desa Sehat Gowa Angkatan 96 Desa Toddotoa yang bersama-sama mengalami masa senang dan sedih di desa orang, Kordes Reza, Sekdes Uci', Bendes Asti, Dicky, Winda, Mama' Fina, Anna, Apri, dan Intan.
6. Teman-teman Sastra Jepang 2014 (Sobat Love). Terima kasih atas semua drama kehidupan dan kegilaan selama masa kuliahnya! Semoga ketika kita bertemu kembali, mimpi-mimpi kalian dapat tercapai, Amin.
7. *Senpai-senpai* dan *kōhai-kōhai* yang telah membantu, terlebih pada pengumpulan berkas ujian skripsi. Terima kasih!
8. Kawan-kawan perkumpulan rahasia yang konyol, Fikar selaku ketua dan Arya selaku sekretaris. Terima kasih atas pengalaman hidup yang berharganya, mulai dari rekomendasi dan pembahasan film, pembahasan sejarah, hingga pembahasan remeh-temeh lainnya. Panjang umur perjuangan, *Kamerad!*

Terima kasih dan panjang umur, Sobat!



9. Rafiq Nur'aini Al Hakim alias Pikh Sudiang, seorang alumnus yang selalu tersenyum meskipun menangis (mungkin karena memang mukanya sudah begitu sejak lahir *hehe*), tapi baik hati karena rajin datang ke kampus untuk membantu saya dan Ani, sesama pejuang skripsi, dalam pengurusan berkas ujian skripsi dan juga sebagai Pembimbing III yang sangat sabar dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Mrs. S, yang menjadi teman curhat sebagai sesama pejuang skripsi, tapi dirimu yang sepertinya lebih banyak drama perjuangannya *hehe*. Terima kasih banyak atas semua bantuannya dan semoga sukses ke depannya!
11. Semua pihak yang membantu dan mendukung saya selama ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak!

Akhir kata, saya berharap Tuhan berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya selama ini. Semoga skripsi ini memberi sumbangsih pengetahuan kepada masyarakat.

Makassar, 24 Mei 2019

Yekaristi Nober Wijayanto



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PENERIMAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiv
要旨 .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4 Batasan Penelitian .....	8
1.5 Metode Penelitian .....	9
1.6 Penelitian Terdahulu .....	12
1.7 Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II AKB48: MENILIK SEJARAH DAN PERKEMBANGANNYA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Sejarah <i>Aidoru</i> (アイドル) di Jepang .....	20
2.2 Sejarah AKB48: Jalan Panjang Menuju Langit Biru .....	22
2.3 Struktur dan Sistem AKB48 .....	54
Komodifikasi dalam Industri Budaya .....	60
<b>KOMODIFIKASI DI BALIK PRESTASI .....</b>	<b>65</b>
AKB48 sebagai Satu Komoditas Industri Budaya .....	65



3.2	Kashiwagi Yuki (柏木由紀).....	74
3.3	Yokoyama Yui (横山由依).....	81
3.4	Okada Nana (岡田奈々).....	84
3.5	Oguri Yui (小栗有以).....	86
3.6	Proses Komodifikasi Member AKB48 oleh <i>Jimusho</i> .....	87
<b>BAB IV SEGMENTASI MEMBER AKB48 .....</b>		<b>90</b>
4.1	Kashiwagi Yuki, Ikon Sensualitas AKB48 .....	90
4.2	Yokoyama Yui, Sang Nakhoda .....	102
4.3	Okada Nana si Gadis Tomboi .....	109
4.4	Oguri Yui dengan Pesona Keimutannya .....	113
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>118</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>		<b>122</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>127</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo AKB48.....	1
Gambar 1.2 Para Member AKB48.....	2
Gambar 1.3 Kemeriahan salah satu konser AKB48.....	3
Gambar 1.4 Kashiwagi Yuki dan Kato Rena .....	11
Gambar 1.5 Yokoyama Yui dan Iwatate Saho.....	11
Gambar 2.1 Poster Audisi Generasi Pertama AKB48 .....	23
Gambar 3.1 <i>Akushukai</i> .....	66
Gambar 3.2 <i>Shamekai</i> .....	70
Gambar 3.3 <i>Senbatsu single ke-37 AKB48, Kokoro no Placard</i> .....	70
Gambar 3.4 Letak Kagoshima.....	74
Gambar 3.5 Yukirin ketika masih TK.....	75
Gambar 3.6 Yukirin ketika SD.....	76
Gambar 3.7 <i>Flute</i> .....	78
Gambar 3.8 Trombon.....	78
Gambar 3.9 Yukirin mengikuti audisi AKB48 .....	80
Gambar 3.10 Letak Kyoto.....	81
Gambar 3.11 Yuihan usia 3 tahun.....	82
Gambar 3.12 Yuihan ketika kelas 4 SD .....	82
Gambar 3.13 Yuihan ketika kelas 6 SD .....	82
Gambar 3.14 Yuihan ketika kelas 3 SMP .....	83
Gambar 3.15 Yuihan ketika kelas 2 SMA .....	83
Gambar 3.16 Yuihan ketika mengikuti audisi AKB48 .....	84
Gambar 3.17 Naachan ketika masih kecil.....	85
Gambar 3.18 Naachan ketika SMP .....	86
Gambar 3.19 Yuiyui ketika mengikuti audisi tim 8 AKB48 .....	87
Gambar 4.1 Kashiwagi Yuki.....	90
Gambar 4.2 Sampul <i>Ijō, Kashiwagi Yuki deshita</i> .....	91
Gambar 4.3 Salah satu penampilan Yukirin di atas panggung. ....	93



Gambar 4.4 Salah satu halaman pada <i>shashinshū</i> Yukirin. ....	93
Gambar 4.5 Sampul <i>Yu, Yu, Yukirin</i> ... ..	93
Gambar 4.6 Sampul <i>Young Champion Magazine</i> edisi ke-8 tahun 2018 (10 April 2018) .....	100
Gambar 4.7 Sampul <i>FLASH Magazine</i> edisi 27 Februari 2018.....	100
Gambar 4.8 Sampul katalog <i>Ravijour.com Upgrade</i> (アップグレード) 2018....	100
Gambar 4.9 Postingan pertama Yukirin di akun Instagram resminya. ....	101
Gambar 4.10 Yokoyama Yui .....	102
Gambar 4.11 Sampul <i>Yuihan</i> .....	107
Gambar 4.12 Salah satu halaman <i>FRIDAY Magazine</i> edisi 6 September 2013 (sebelum Yuihan menjadi <i>sōkantoku</i> ).....	108
Gambar 4.13 Salah satu halaman <i>Tokyo Walker</i> + no. 36 tahun 2018 (setelah Yuihan menjadi <i>sōkantoku</i> ).....	108
Gambar 4.14 Okada Nana pada tahun 2012.....	113
Gambar 4.15 <i>Photopack</i> Okada Nana untuk single ke-36 AKB48.....	113
Gambar 4.16 Okada Nana sekarang .....	113
Gambar 4.17 Oguri Yui.....	113
Gambar 4.18 Salah satu halaman <i>BUBKA Magazine</i> edisi November 2016.....	116
Gambar 4.19 Salah satu halaman <i>Weekly Playboy</i> no. 50 tahun 2017 .....	116



## ABSTRAK

**Yekaristi Nober Wijayanto. Komodifikasi dan Segmentasi *Aidoru* dalam AKB48. Skripsi. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin, 2019, Drs. Dias Pradidamara, M.A., M.S. dan Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komodifikasi *aidoru* dalam AKB48 yang dilakukan oleh *jimusho* dan bagaimana strategi segmentasi dalam pemasarannya. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan ekonomi politik dengan cara memilih beberapa member dari 123 member AKB48 dan kemudian mencari tahu mengenai kehidupan mereka sebelum berkarier di AKB48. Lalu, member-member yang telah terpilih disegmentasikan menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakter mereka untuk dilakukan elaborasi tentang strategi pemasaran AKB48 yang dilakukan oleh *jimusho*.

Member-member yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kashiwagi Yuki yang mewakili karakter sensual, Yokoyama Yui yang mewakili karakter pemimpin, Okada Nana yang mewakili karakter tomboi, dan Oguri Yui yang mewakili karakter imut. Keempat member tersebut memiliki satu kesamaan, yaitu sejak kecil memang memiliki bakat atau kegemaran dalam bidang musik dan hiburan. Dengan memanfaatkan bakat atau kegemaran tersebut, *jimusho* lalu melekatkan karakter tertentu kepada mereka yang awalnya hanya gadis biasa untuk menjadi komoditas yang bernama *aidoru*.

Kata Kunci: AKB48, Komodifikasi, Segmentasi, *Aidoru*, Member, Karakter, *Jimusho*.



## 要旨

**Yekaristi Nober Wijayanto. AKB48におけるアイドルの商品化とセグメンテーション。論文。ハサヌディン大学文化科学部、2019年、Drs. Dias Pradidamara, M.A., M.S. と Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.**

本研究の目的は、AKB48におけるアイドルの商品化のプロセスが、どのようにして事務所によって行われたか、そしてマーケティングにおけるセグメンテーション戦略がどのように行われたかを見出すことを目的としている。この研究は、123人のAKB48メンバーから数人のメンバーを選び、AKB48でのキャリアを持つ前に彼らの生活について調べることによって、政治経済学的アプローチによる定性的研究方法を使用するでしょう。それから、選ばれたメンバーは事務所によって実行されたAKB48マーケティング戦略を詳しく述べるために彼らの性格に基づいていくつかのグループに分割されました。

本研究で選ばれたメンバーは官能的なキャラクターを代表する柏木由紀で、リーダーのキャラクターを代表する横山由衣で、おてんば娘のキャラクターを代表する岡田奈々で、そしてかわいいキャラクターを代表する小栗有以でありました。4人のメンバーには共通点が1つあります。つまり、子供の頃から音楽やエンターテインメントの分野で才能や情熱があります。これらの才能や趣味を利用することによって、事務所はその後、元々は普通の女の子だった人たちに特定のキャラクターを付けて、アイドルと呼ばれる商品になります。

キーワード：AKB48、商品化、セグメンテーション、アイドル、メンバー、キャラクター、事務所。





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu *aidoru* yang terkenal di Jepang adalah AKB48. AKB48 (singkatan dari Akihabara48) merupakan *aidoru gurūpu* (アイドルグループ/grup idola) atau grup *aidoru* perempuan asal Jepang yang telah menuai kesuksesan di Jepang hingga di luar Jepang.

AKB48 dibentuk oleh seorang produser yang bernama Akimoto Yasushi (秋元康)<sup>1</sup> pada Oktober 2005. Selain AKB48, Akimoto Yasushi juga membentuk grup *aidoru*



Gambar 1.1 Logo AKB48  
Sumber: Situs web resmi AKB48 (<http://www.akb48.co.jp>)

lainnya di Jepang, bahkan hingga ke luar Jepang dengan konsep yang sama dan sering disebut sebagai adik-adik (*sister group*) dari AKB48. Akimoto membentuk SKE48 (berbasis di Sakae, Nagoya) pada tahun 2008, NMB48 (berbasis di Namba, Osaka) pada tahun 2010, HKT48 (berbasis di Hakata, Fukuoka) pada tahun 2011, JKT48 (berbasis di Jakarta, Indonesia) pada tahun 2011, SNH48 (berbasis di Shanghai, Tiongkok) pada tahun 2013–memisahkan diri dari AKB48 sejak 2016, NGT48 (berbasis di Niigata, Jepang) pada tahun 2015, BNK48 (berbasis di Bangkok, Thailand) pada tahun 2017, STU48 pada tahun 2017, dan MNL48 (berbasis di Manila, Filipina) pada tahun 2018. Semua *sister group* AKB48 tersebut



<sup>1</sup> Akimoto Yasushi lahir di Tokyo pada 2 Mei 1956. Akimoto adalah seorang produser rekaman dan televisi sekaligus penulis skenario televisi, dan sutradara.

memiliki teater sendiri seperti AKB48 di mana mereka dapat menghibur dan bertemu para penggemar mereka setiap harinya.

Hingga bulan Agustus 2018, AKB48 yang semua personilnya merupakan gadis muda, tercatat memiliki member<sup>2</sup> yang sangat banyak, yakni 123 orang<sup>3</sup>. Hal ini sangatlah tidak umum bagi sebuah grup *aidoru*. Sebagai perbandingan, *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan, yaitu EXO dan BLACKPINK hanya memiliki personil masing-masing sebanyak 9 dan 4 orang. Sedangkan di Jepang, sebagai perbandingan terdapat sebuah grup *aidoru* yang terdiri dari gadis muda juga yang bernama Morning Musume yang hanya terdiri dari 14 orang. AKB48 memiliki konsep *ai ni ikeru aidoru* (会いに行けるアイドル / *idols you can meet everyday*).<sup>4</sup> Dibandingkan dengan *aidoru* lainnya di Jepang yang tidak dapat dijangkau oleh penggemar mereka seperti “dewi di atas awan”, AKB48 sangat dekat dengan penggemar mereka. AKB48 memiliki teater sendiri yang terletak di lantai 8 Toko Don Quijote, Akihabara, Tokyo, di mana mereka setiap hari tampil di sana. Hal ini memungkinkan para penggemar untuk menemui member favorit mereka sesering yang mereka inginkan.



Gambar 1.2 Para Member AKB48  
Sumber: Situs web resmi AKB48  
(<https://www.akb48.co.jp>)



ntuk personil AKB48.  
Official Website <http://www.akb48.co.jp>, diakses pada 19 Agustus 2018



Gambar 1.3 Kemeriahan salah satu konser AKB48  
Sumber: Twitter  
(<https://www.twitter.com>)

Bercermin dari fenomena AKB48 dengan beberapa konsepnya tersebut, saya meneliti bagaimana AKB48 dipasarkan melalui konsep komodifikasi dan segmentasi dari para memernya yang berupa gadis-gadis muda yang penampilannya dikemas menjadi suatu komoditas sesuai dengan karakter mereka masing-masing. Komodifikasi adalah proses yang erat dikaitkan dengan kapitalisme di mana objek-objek, kualitas-kualitas, dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas. Komoditas sendiri dipahami sebagai sebuah barang yang tujuan utama keberadaannya adalah untuk dijual di pasar. Dengan kata lain, keberadaan AKB48 tidak lain hanyalah sebuah “barang” yang tujuan utamanya adalah untuk dijual. Adorno (dalam Barker 2014: 42) memiliki pandangan mengenai komodifikasi, yaitu komoditas-komoditas yang diseragamkan dan distandarkan akan memupuk semangat otoritarisme dan konforisme sebagai budaya Barat yang kapitalis. Dengan kata lain, suatu bentuk transformasi serta hubungan, yang mulanya terbebas untuk

berdagangkan, menjadi hubungan yang sifatnya terkomersialkan sehingga menjadi sesuatu yang telah direncanakan, diciptakan, dan lalu dikendalikan. An segmentasi yang saya maksudkan di sini adalah pembagian objek



penelitian yang dalam hal ini adalah member AKB48 ke dalam beberapa segmen atau kelompok tertentu berdasarkan karakter mereka dan selanjutnya saya melakukan analisa terhadap member yang telah dikelompokkan. Bagi yang kurang atau baru mengenal AKB48, kemungkinan akan mengatakan bahwa member-member AKB48 kembar antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut sangat wajar. Akan tetapi, bila diperhatikan secara saksama, AKB48 meskipun memiliki jumlah member yang banyak, tapi tidak semuanya sama, ada yang memiliki rambut panjang, ada yang berambut pendek, ada yang mancung, ada yang pesek, ada yang tinggi, ada yang pendek, dan sebagainya. Oleh karena itu, segmentasi memudahkan dalam hal menganalisa member AKB48 yang sangat banyak.

Konsep lain yang dibawa dan dibangun oleh AKB48, yaitu AKB48 diibaratkan sebagai “sekolah” atau “kursus” keartisan. Oleh karena itu, member AKB48 sangat banyak, karena mereka sedang “sekolah” di sekolah AKB48 di mana proses belajar mengajarnya adalah di panggung, di televisi, di majalah, di *dorama*<sup>5</sup>, di film, sebagai duta, dan lain-lain. Dan itu dapat dikatakan sebagai praktik riil di lapangan. Semua itu ditampilkan sebagai proses. Maka dari itu, semua member AKB48 sebagai gadis yang tidak sempurna dan biasa-biasa saja pada awalnya, mereka awalnya gugup, menarinya buruk, suaranya jelek, cengeng, dan lain-lain. Dan dari situlah uniknya, para penggemar dapat melihat perkembangannya, penggemar dapat menilai dan menelaah bahwa mereka (member AKB48) bukanlah orang yang ditakdirkan sebagai *super idol* anugerah

urna, melainkan hanya orang biasa-biasa saja yang bekerja keras untuk

levisi Jepang



dapat menjadi seorang *idol*, dan ternyata benar-benar dapat menjadi seorang *super idol*, dan hal itu hanya dapat dilakukan dengan kerja keras.

Terdapat berbagai alasan mengapa banyak orang yang menyukai AKB48.<sup>6</sup> Di antaranya adalah jumlah member AKB48 yang sangat banyak dan cantik. Hal inilah menurut saya sangat menarik untuk dibahas karena penggemar akan bebas memilih mana member yang akan dijadikan favorit yang sesuai dengan kriteria kesukaan mereka.

Hal tersebut tidak terlepas dari sistem yang digunakan oleh AKB48, yakni sistem *jimusho* (事務所). *Jimusho* agak mirip dengan perusahaan agensi, tapi sedikit berbeda.<sup>7</sup> *Jimusho* adalah sebuah industri manajemen keartisan yang paling bertanggung jawab untuk memproduksi, mempromosikan, dan mendistribusikan produk kebudayaan yang biasa disebut sebagai “budaya pop”.

Pada dasarnya, *jimusho* memiliki peran utama untuk mengelola karier dan jadwal artis. *Jimusho* memiliki tanggung jawab yang besar kepada artis/model yang baru terjun ke dalam dunia hiburan, seperti melatih mereka dalam hal menyanyi, menari, dan keterampilan lainnya; menjadwalkan aktivitas harian mereka; melakukan penyewaan acara televisi untuk penampilan mereka; melakukan

---

<sup>6</sup> Dilihat dari banyaknya penggemar AKB48 yang membeli CD *Single* ke-52 AKB48 berjudul ‘Teacher Teacher’ yang rilis pada 30 Mei 2018. Di hari pertama perilisan, *single* ini terjual sebanyak 1.591.164 keping dan menduduki peringkat pertama pada tangga lagu harian Oricon. Oricon (*Original Confidence*) adalah tangga lagu Jepang yang sama dengan tangga lagu Billboard di Amerika Serikat yang diterbitkan harian, mingguan, dan bulanan. Oricon mengumpulkan informasi penjualan artis di berbagai jenis, termasuk musik, DVD, dan album.

<sup>7</sup> Karena alasan inilah karena para artislah yang “menyewa” *jimusho* untuk mengatur semua hal yang berkaitan dengan karier mereka (artis tersebut) atau secara sederhana para artis adalah “boneka” milik *jimusho* yang akan tunduk pada aturan-aturan yang dibuat oleh *jimusho*. Hal ini berbeda dengan di Amerika Serikat di mana para artislah yang memegang kuasa penuh atas agensi mereka sehingga agensi tersebut dapat mengganti atau memecat agensi mereka setiap saat.



negosiasi kontrak dengan label rekaman; mengorganisir klub penggemar para artis; menaikkan citra artis di mata masyarakat; dan mengorganisir konser artis. Jadi, dapat dikatakan bahwa *jimusho* mengatur semua gaya, tingkah laku, dan karier seorang artis.

Salah satu perusahaan agensi grup *aidoru* yang terkenal di Jepang adalah Johnny's Entertainment yang merupakan anak perusahaan dari Johnny's & Associates, dijalankan oleh seorang pria bernama Hiroshi "Johnny" Kitagawa. Salah satu grup *aidoru* yang bernaung di bawah agensi Johnny's Entertainment yang paling terkenal adalah SMAP (Sports Music Assemble People) yang dibentuk pada tahun 1988 dan memulai debutnya dengan merilis *single* pertama mereka yang berjudul *Can't Stop!! -LOVING-* pada tahun 1991 (Marx 2012,97). Pada awal terbentuk, SMAP terdiri dari 6 personel, yaitu Masahiro Nakai, Takuya Kimura, Tsuyoshi Kusanagi, Goro Inagaki, Katsuyuki Mori, dan Shingo Katori. Akan tetapi, pada Mei 1996, Katsuyuki Mori mengundurkan diri. Hingga bubar pada tahun 2016, SMAP telah merilis sebanyak 30 *single* dan membintangi beberapa acara televisi.

Sebelum AKB48 terkenal seperti sekarang, pada tahun 2000-an terdapat juga grup *aidoru* yang terdiri dari banyak wanita yang bernama Morning Musume. Morning Musume berada di bawah naungan perusahaan agensi yang bernama Hello! Project. Hello! Project diproduksi oleh Mitsuo Terada. Selain Morning Musume, Hello! Project juga menaungi beberapa *aidoru* lain, seperti Country Girls, C-ute,. Hingga tahun 2017, Morning Musume telah merilis sebanyak 63



*single* dan 14 album.<sup>8</sup> Morning Musume (Momusu) masih aktif hingga sekarang dengan beberapa kali berganti anggota, seperti AKB48.

Terdapat beberapa kemiripan antara AKB48 dengan beberapa grup *aidoru* di Jepang. Hal inilah yang oleh Adorno disebutkan sebagai konsep komodifikasi. Berdasarkan hal tersebut, saya meyakini bahwa *jimusho* melakukan standarisasi atau membuat sebuah konsep *aidoru* yang ideal di mata masyarakat daripada untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Untuk itulah saya memutuskan untuk meneliti tentang “Komodifikasi dan Segmentasi *Aidoru* dalam AKB48”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang saya teliti dalam “Komodifikasi dan Segmentasi *Aidoru* dalam AKB48” adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana *jimusho* melakukan proses komodifikasi *aidoru* dalam AKB48?
2. Bagaimana *jimusho* melakukan strategi segmentasi dalam memasarkan AKB48?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui proses komodifikasi *aidoru* dalam AKB48 yang dilakukan oleh *jimusho*.
2. Mengetahui *jimusho* melakukan strategi segmentasi AKB48 dalam memasarkannya.



Project Official Website [www.helloproject.com](http://www.helloproject.com), diakses pada 4 September 2018

Sedangkan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memberikan informasi mengenai konsep ideal *aidoru*, khususnya *member* AKB48.
2. Membuka wawasan mengenai kebutuhan palsu yang ada di dalam masyarakat.

#### 1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai komodifikasi dan segmentasi *aidoru* dalam AKB48. Komodifikasi yang saya maksudkan adalah bagaimana para member AKB48 yang sebelum bergabung dengan AKB48 hanya merupakan gadis biasa. Lalu, mereka mengikuti audisi AKB48 dan setelah dinyatakan lulus audisi, kemudian akan dilatih menyanyi, menari, berakting, hingga menjadi seorang bintang film jika memungkinkan. Semua hal tersebut tidak terlepas dari dunia hiburan. Para member tersebut latih hingga menjadi seorang *aidoru* yang ideal hingga akhirnya mereka *graduate* (lulus). Hal ini dikarenakan sistem AKB48 yang seperti “sekolah”. Sedangkan segmentasi yang saya maksudkan adalah saya akan mengelompokkan member-member AKB48 ke dalam beberapa kelompok tertentu kemudian menganalisa kelompok tersebut hingga nantinya dapat diketahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh *jimusho*.

Saya juga hanya meneliti member AKB48 yang aktif saja dalam penelitian

ini dikarenakan saya berkeyakinan bahwa apabila meneliti proses produksi, maka lebih baik untuk meneliti member AKB48 yang aktif saja dan



bukan member yang telah lulus atau *graduate* dari AKB48. Selain itu, saya juga akan membatasi penelitian ini dengan hanya membahas member AKB48 saja karena AKB48 juga memiliki *sister group* lain yang berada di Jepang dan di luar Jepang. Oleh karena itu, agar penelitian ini tetap fokus pada sebuah objek, maka saya hanya membahas AKB48.

### 1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian sosial budaya. Menurut Baker dalam buku *Cultural Studies*, terdapat tiga metodologi kunci dalam meneliti sebuah budaya dan hal-hal yang terkait dengannya, yakni etnografi, tekstual, dan studi resepsi (Barker 2000, 29). Penelitian ini cenderung menganalisa teks maupun media yang telah diterbitkan sebelumnya, juga gejala-gejala berikut tanda-tanda yang diberikan dalam berbagai hal terkait dengan objek penelitian tanpa perlu mengidentifikasi secara langsung sang pelaku maupun harus mewawancarai seorang subjek. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Dalam hal ini, saya melihat keseluruhan member AKB48 yang berjumlah 123 orang. Dari situ, saya menemukan 5 kelompok karakter, yaitu sensual, pemimpin, tomboi, imut, dan bule. Namun, salah satu karakter, yakni bule merupakan karakter yang telah ada sejak lahir dan tidak bisa dilakukan apa-apa terhadapnya. Hal ini dikarenakan yang ingin saya tunjukkan dalam penelitian ini

proses komodifikasi, yakni bagaimana sesuatu dari yang tidak ada menjadi ada karena itu, saya tidak memasukkan karakter bule dalam penelitian ini.



Sementara untuk 4 karakter lain dapat dilakukan semacam pengembangan karakter untuk memperoleh karakter yang diinginkan oleh *jimusho*, tentu saja dengan melihat kebutuhan pasar.

Dari pengelompokan inilah saya memperoleh 4 kelompok karakter. Lalu, saya mengelompokkan ke-123 member AKB48 ke dalam 4 kelompok ini. Dari sinilah saya menemukan 4 member yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yakni Kashiwagi Yuki sebagai representasi karakter sensual, Yokoyama Yui sebagai representasi karakter pemimpin, Okada Nana sebagai representasi karakter imut, dan Oguri Yui sebagai representasi karakter imut. Namun, perlu diketahui bahwa Kashiwagi Yuki bukanlah satu-satunya member AKB48 yang menjadi representasi sensual, terdapat juga Kato Rena, Minegishi Minami, dan Oya Shizuka yang juga sensual. Demikian pula Yokoyama Yui bukanlah satu-satunya member AKB48 yang berkarakter pemimpin, terdapat juga Okabe Rin, Komiyama Haruka, dan Iwatate Saho. Begitu juga dengan Okada Nana dan Oguri. Mereka berdua bukanlah satu-satunya member AKB48 yang mewakili karakter tersebut, masih ada member lain yang bersama mereka merupakan representasi karakter yang bersangkutan. Namun, karena keempat member tersebut yang paling populer di kelompok tersebut,



maka merekalah yang saya pilih untuk merepresentasikan kelompok-kelompok tersebut.



Gambar 1.4 Kashiwagi Yuki dan Kato Rena  
Sumber: Instagram  
(<http://www.instagram.com>)



Gambar 1.5 Yokoyama Yui dan Iwatate Saho  
Sumber: Instagram  
(<http://www.instagram.com>)

Setelah saya memilih keempat member tersebut, saya kemudian mencari tahu mengenai kehidupan mereka sebelum berkarier di AKB48 yang saya dapat melalui beberapa sumber, seperti melalui internet, jurnal, dan melalui beberapa buku yang berkaitan dengan mereka. Saya kemudian membagi mereka berdasarkan karakter mereka ke dalam beberapa kelompok tertentu. Setelah itu, saya menganalisa bagaimana strategi pemasaran AKB48 yang dilakukan oleh mereka.



*jimusho* berdasarkan kelompok yang telah dibuat. Metode ini sangat cocok untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh *jimusho*.

Untuk menganalisa data yang ada, saya menggunakan pendekatan ekonomi politik. Ekonomi politik merupakan ilmu yang mempelajari tentang persoalan kekuasaan dan distribusi sumber-sumber daya ekonomi. Pendekatan ini mendalami pertanyaan-pertanyaan seputar siapa yang mempunyai dan mengendalikan lembaga-lembaga ekonomi, kemasyarakatan, dan budaya (Barker 2014, 206). Dalam hal ini, saya menggunakan pendekatan ini untuk menjawab pertanyaan mengenai mekanisme pembentukan budaya yang dipengaruhi oleh kepemilikan korporasi dan kendali atas industri budaya.

## 1.6 Penelitian Terdahulu

AKB48 merupakan produk budaya populer sehingga saya menggunakan teori *Cultural Studies* sebagai dasar untuk menganalisa kebudayaan. Menurut Barker, inti kajian budaya dapat dipahami sebagai praktik-praktik pemaknaan dari representasi. Kajian budaya tidak memiliki titik acuan yang tunggal. Artinya, kajian budaya mengomposisikan berbagai kajian teoritis disiplin ilmu lain yang dikembangkan secara longgar sehingga mencakup potongan-potongan model dari teori yang sudah ada dari para pemikir strukturalis dan pascastrukturalis (Barker, 2000).

*Cultural Studies* dapat digunakan untuk menganalisa kebudayaan dengan atikan unsur lain dari kebudayaan itu sendiri. Unsur politik dan kekuasaan an perhatian utamanya sehingga budaya itu bersifat dibangun dengan suatu



tujuan tertentu untuk menguntungkan pihak tertentu, dalam hal ini pihak-pihak yang memiliki kekuasaan atas pembentukan suatu budaya atau produk budaya yang dapat memengaruhi masyarakat secara sosial. Jadi, dengan menggunakan *Cultural Studies*, kebudayaan dapat dianalisa secara lebih detail dan mendalam.

Untuk mendeskripsikan mengenai perkembangan media massa di Jepang. Saya menggunakan buku yang berjudul “Masyarakat Jepang Dewasa Ini” yang ditulis oleh Tadashi Fukutake. Di dalam buku ini, dideskripsikan bagaimana Jepang mengalami perubahan transisi dan sejarah perkembangan komunikasi massa selama masa pertumbuhan ekonomi setelah perang. Perkembangan masyarakat dewasa Jepang, tidak luput dari usaha masyarakat Jepang sendiri untuk membangun negaranya. Masyarakat Jepang bekerja keras menciptakan pertumbuhan ekonomi yang luar biasa, dalam proses tersebut struktur industri Jepang mengalami banyak kemajuan. Kemajuan ini dapat dilihat dari berbagai pertumbuhan dalam berbagai segi kehidupan, seperti lembaga politik modern, perindustrian modern, dan pola hidup masyarakat yang unik. Fukutake juga mendeskripsikan mengenai ciri masyarakat Jepang modern, yaitu ditandai dengan perkembangan ekonomi yang pesat dalam industrialisasi, urbanisasi, dan lahirnya beragam karya sastra modern yang sangat memengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat Jepang secara keseluruhan. Selain itu, media massa berkembang dengan cepat setelah perang. Sampai tahun 1920, surat kabar dan majalah merupakan media utama, tetapi kemudian segera tersisihkan. Siaran radio mulai pada tahun 1925, siaran televisi pada tahun 1953, dan televisi berwarna pada tahun 1967 (Fukutake 1988,



Selain itu, saya juga menggunakan teori Adorno mengenai *Culture Industry* atau Industri Budaya untuk menganalisa bagaimana posisi AKB48 yang sebenarnya adalah sebagai produk industri budaya. *Culture Industry* merupakan salah satu teori kritis yang dikembangkan oleh pemikir dari Mazhab Frankfurt, yakni Theodor Adorno dan Max Horkheimer. Dalam tulisannya yang berjudul *The Culture Industry – Enlightenment as Mass Deception*, Adorno dan Horkheimer secara tajam mengkritisi fenomena industri budaya yang dinilai menuai masalah. Bagi Adorno dan Horkheimer, kehadiran media massa, seperti televisi, film, dan majalah (Adorno 2002, 94) memiliki peranan penting dalam perkembangan industri budaya. Hal ini dikarenakan para industriawan yang bekerja maupun memiliki hubungan dengan media massa telah memanipulasi budaya. Budaya telah mengalami komodifikasi dan industrialisasi. Selanjutnya, media massa melakukan penyeragaman dan standarisasi atas selera masyarakat. Seolah tidak ada lagi alternatif, dari bangun tidur sampai tidur lagi selera dan kebutuhan masyarakat telah ditentukan sesuai apa yang masyarakat telah nonton, dengar, atau baca di media massa. Hal ini mengakibatkan masyarakat, secara sadar maupun tidak sadar, ternyata telah digerakkan secara masif untuk membutuhkan produk budaya tertentu. Dan sudah barang tentu kebutuhan tersebut harus ditebus dengan menggunakan alat tukar berupa “uang”. Hal inilah yang Adorno dan Horkheimer sebut sebagai *pseudo individualization* atau individualisasi palsu karena budaya adalah sesuatu yang telah direncanakan, diciptakan, lalu dikendalikan (Adorno 2002, 125). Individu

...n dilekatkan pada produk budaya tertentu yang telah dikomersialkan yang justru mengakibatkan terciptanya individu “palsu”. Individu diberi



kebebasan memilih, atas pilhan-pilihan yang terkemas secara rasional. Sebuah produk konon katanya dihadirkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

Salah satu bidang yang memiliki banyak penggemar adalah musik. Hal inilah yang mendorong para industriawan maupun pemilik modal untuk terjun ke dalamnya agar mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sebagai sebuah industri, musik dibutuhkan masyarakat sebagai hiburan dalam kehidupan. Musik merupakan simfoni kehidupan yang mewarnai kehidupan sehari-hari. Salah satu contoh pengaruh industri budaya dewasa ini adalah grup *aidoru* Jepang, AKB48, di mana para member menjadi barang produksi industri budaya yang dikomodifikasi oleh *jimusho* yang selanjutnya masyarakat atau penggemar akan memilih member kesukaan atau favorit mereka. Di sini, industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu. Maka dari itu, industri budaya berusaha mengaburkan kebutuhan-kebutuhan riil masyarakat.

Selain itu, saya juga menemukan beberapa penelitian yang telah membahas mengenai fenomena *aidoru* dan AKB48. Yang pertama adalah tulisan yang berjudul "The Jimusho System: Understanding the Production Logic of The Japanese Entertainment Industry" yang ditulis oleh W. David Marx yang membahas mengenai sistem *jimusho* pada tahun 2012. Tulisan ini membahas bahwa di Jepang terdapat sebuah perusahaan manajemen keartisan yang paling bertanggung jawab

untuk budaya pop yang dihasilkan, yang dikenal dengan *jimusho* (mirip dengan agensi). *Jimusho* menggunakan pengaruh budaya yang kuat di semua yang membutuhkan jasa artis, seperti acara televisi (drama dan hiburan),



iklan, musik, dunia permodelan, film, dan sebagainya untuk mempromosikan artis yang berada di bawah naungannya. Tulisan ini juga membahas mengenai hubungan antara pekerja dalam hal ini artis dengan pihak manajemen. Perusahaan (*jimusho*) terkadang disebut dengan agensi, tetapi kenyataannya tidak. Hal ini dikarenakan para artislah yang “menyewa” *jimusho* untuk mengatur semua hal yang dibutuhkan oleh artis tersebut atau secara sederhana para artis akan tunduk pada aturan-aturan yang dibuat oleh *jimusho* tersebut. Berbeda dengan di Amerika Serikat di mana para artislah yang memegang kuasa penuh atas agensi sehingga mereka dapat mengganti atau mengubah agensi mereka setiap saat. Di sisi lain, *jimusho* juga ”menyewa” artis dan menggaji mereka. *Jimusho* menggaji artis setiap sebulan sekali. Tulisan ini juga membahas bahwa pada dasarnya, *jimusho* memiliki peran utama untuk mengelola karier dan jadwal artis. *Jimusho* memiliki tanggung jawab yang besar kepada artis/model yang baru terjun ke dalam dunia hiburan, seperti melatih mereka dalam hal menyanyi, menari, dan keterampilan lainnya; menjadwalkan aktivitas harian mereka; melakukan penyewaan acara televisi untuk penampilan mereka; melakukan negosiasi kontrak dengan label rekaman; mengorganisir klub penggemar para artis; menaikkan citra artis di mata masyarakat; dan mengorganisir konser artis. Jadi, dapat dikatakan bahwa *jimusho* mengatur semua gaya, tingkah laku, dan karier seorang artis.

Saya juga menemukan sebuah tugas akhir yang berjudul “Rahasia Populernya AKB48 sebagai Idol Group Terpopuler di Jepang Masa Kini” yang ditulis oleh Febryan Ariefandi pada tahun 2013. Ia adalah seorang lulusan diploma tiga (D3) Bahasa Jepang di Universitas Gadjah Mada. Menurut



hasil pengolahan data pada tugas akhirnya, ia mengungkapkan bahwa terdapat 3 rahasia popularitas AKB48, yaitu keunikan konsep AKB48, diselenggarakannya acara *senbatsu sōsenkyo*, dan keistimewaan setiap *single* maupun album AKB48 yang dirilis.

Tulisan lainnya adalah “ザ・アイドル! (The *Aidoru!*)” yang ditulis oleh Jónsdóttir pada tahun 2013 dan menyimpulkan bahwa *aidoru* merupakan sumber keuntungan yang baik untuk Jepang. *Aidoru* dapat menyulut minat terhadap bahasa dan budaya. Banyak penggemar yang rela menghabiskan banyak uang untuk membeli *merchandise*. *Aidoru* dapat menjadi sumber pendapatan yang besar untuk bisnis, mereka menyediakan hiburan dan menjual *merchandise*. Selain itu, *aidoru* juga membuat penggemar mereka bahagia. Para penggemar dapat menjadikan *aidoru* favorit mereka sebagai inspirasi atau dengan kata lain *aidoru* dapat menjadi pendukung mereka secara emosional. Dalam tulisan ini juga menjelaskan bagaimana *aidoru* juga memiliki basis penggemar yang besar sama halnya dengan artis-artis Barat. Hal tersebut dapat memicu *aidoru* untuk terus tetap berkarya sehingga dapat menyenangkan penggemar mereka. Oleh karena itu, para penggemar juga akan semangat dalam mendukung *aidoru* favorit mereka. Dalam tulisan ini juga dijelaskan bagaimana nantinya para penggemar yang memiliki minat yang sama akan membentuk suatu komunitas penggemar di mana nantinya di dalam komunitas tersebut, para penggemar akan saling berinteraksi dengan yang lain untuk saling bertukar informasi antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dapat mendorong para penggemar untuk melakukan suatu hal yang baru.



Terdapat juga sebuah tulisan yang berjudul “Popular Music in Japan” yang ditulis oleh Ian Condry pada tahun 2011. Tulisan ini tidak membahas *aidoru* secara spesifik, melainkan membahas mengenai bagaimana sejarah dan perkembangan musik pop di Jepang. Tulisan ini berkesimpulan bahwa musik populer di Jepang mencerminkan adanya perubahan yang lebih luas di negara ini (Jepang), tetapi juga memiliki ciri khas tersendiri, berbeda dari negara lain. Selain itu, tidak seperti film dan *anime* yang untuk memproduksinya melibatkan banyak orang, musik dapat diproduksi walau hanya melibatkan sedikit orang.

Tulisan terakhir berjudul “Idols You Can Meet: AKB48 and a New Trend in Japan’s Music Industry” yang ditulis oleh Yuya Kiuchi pada tahun 2017. Ia menyimpulkan bahwa kesuksesan yang dicapai oleh AKB48 adalah sebuah fenomena yang mengubah industri musik.. Di era digital sekarang ini, penjualan CD AKB48 tetap laku keras. Hal tersebut tidak terlepas dari peran produser AKB48, Yasushi Akimoto. Akimoto memanfaatkan “kegilaan” penggemar terhadap member favoritnya yang rela membayar mahal untuk membeli CD AKB48.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Bab I berisi pendahuluan, yaitu pengenalan mengenai penelitian yang saya pilih, seperti latar belakang yang berisi pengenalan singkat mengenai objek penelitian yang saya pilih, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu, serta tinjauan pustaka dan teori

yang digunakan dalam penelitian. Bab II akan berisi deskripsi mengenai perkembangan *aidoru* khususnya AKB48. Bab III akan membahas



mengenai bagaimana komodifikasi AKB48, hal ini meliputi proses bagaimana masa lalu member AKB48 sebelum bergabung dengan AKB48, kemudian mereka dilatih hingga mampu menjadi *aidoru* yang ideal menurut masyarakat hingga mereka *graduate*. Bab IV akan mengelaborasi strategi pemasaran member AKB48 sesuai dengan karakter berdasarkan kelompok-kelompok yang telah saya bentuk. Bab V akan berisi kesimpulan penelitian.



## BAB II

### AKB48: MENILIK SEJARAH DAN PERKEMBANGANNYA

#### 2.1 Sejarah *Aidoru* (アイドル) di Jepang

Fenomena *aidoru* (アイドル/*idol*) digambarkan sebagai sebuah “seni pesohor” dan bukan sebuah seni menyanyi karena kebanyakan *aidoru* jarang yang memang memiliki bakat dalam bidang musik, tetapi mereka konsisten dalam menjaga citra mereka dan didukung dengan strategi pemasaran yang profesional. *Aidoru* yang menjelma sebagai pribadi yang lugu dan ceria menawarkan sebuah kenikmatan tersendiri bagi penikmatnya (Buckley 2002, 207).

Istilah *aidoru* mulai dikenal setelah sebuah judul film Prancis yang berjudul *Cherchez l'idole* (dalam Bahasa Jepang disebut *Aidoru wo Sagasu* atau dalam bahasa Inggris disebut *In Search of an Idol*) yang tayang pada tahun 1963. Setelah itu, *aidoru* mulai mengalami pergeseran makna menjadi remaja (laki-laki ataupun perempuan) yang populer dan berpenampilan menarik yang sering tampil di berbagai media, seperti menyanyi (solo maupun dalam sebuah grup), model majalah, ataupun bintang iklan. *Aidoru* digambarkan memiliki citra sebagai sosok yang bersih, sehat, dan energik (Marx 2012, 4).

*Aidoru* mulai dikenal luas oleh masyarakat Jepang pada awal 1970-an setelah televisi berwarna mengalami perkembangan yang sangat pesat pada saat itu.

un 1971, tiga orang wanita, yakni Minami Saori, Amachi Mari, dan Muriko membentuk trio yang bernama *Sannin Musume* (三人娘/Tiga



Dara) yang menjadi awal era *aidoru* (アイドル元年/*Aidoru Gannen*) di Jepang (Kimura dalam *Ibid* 2012, 5). Pada 31 Desember 1971, Minami Saori yang tampil pada sebuah acara televisi, *Kōhaku Uta Gassen* (紅白歌合戦/Pertempuran Lagu Merah dan Putih)<sup>9</sup> yang disiarkan oleh stasiun televisi NHK, diperkenalkan sebagai *Tin no Aidoru* (ティーンズのアイドル/Idola remaja). Pada tahun yang sama pula, *aidoru* mulai diproduksi secara massal pada 1971-1983 melalui sebuah ajang pencarian bakat di sebuah acara televisi yang bertajuk *Sutā Tanjō!* (スター誕生! /Kelahiran Seorang Bintang!). Seolah tidak mau kalah juga dari para *aidoru* gadis yang ceria dan lucu, *aidoru* pria juga dibentuk melalui *Shin Gosanke* (新御三家/3 Besar yang Baru) yang terdiri dari Gō Hiromi, Saijō Hideki, dan Noguchi Gorō. Antara tahun 1971-1975, diperkirakan bahwa terdapat sekitar 700 *aidoru* di Jepang (Okiyama dalam *Ibid* 2012, 5).

Tahun 1980-an merupakan masa keemasan (黄金時代/*Ōgon Jidai*) bagi *aidoru* di Jepang. Pada periode tersebut, sekitar 40-50 *aidoru* baru lahir setiap tahunnya (*Ibid*, 5). Pada tahun 1985, stasiun televisi Fuji TV menayangkan sebuah program acara malam yang berjudul *All Night Fuji* (オールナイトフジ/*Ōru Naito Fuji*) dengan pembawa acaranya adalah *aidoru* yang berperan sebagai gadis sekolah yang ceria dan lucu. Hal ini semakin melambungkan nama *aidoru* yang memiliki citra yang ceria, lucu, polos, dan imut (Koron dalam Masayoshi 2015, 4).



...suk malam tahun baru yang diproduksi oleh NHK Jepang. Acara ini dilangsungkan kali pada malam 31 Desember, dan disiarkan secara langsung melalui televisi dan radio serta jaringan internasional NHK dan televisi kabel. Acara ini pertama kali diadakan tahun

*Aidoru* mengalami masa kemunduran ketika Gelembung Ekonomi (バブル景気/*Baburu Keiki*) menghantam Jepang hingga tahun 1990-an. Pada saat itu masyarakat Jepang mulai bosan dengan penampilan *aidoru* yang “begitu-begitu saja”. Oleh karena itu, masyarakat Jepang pindah ke alternatif lain, seperti musik *rock* dan *folk* yang memang pada masa itu sedang gencarnya dikampanyekan sebagai *Shin On'gaku* (新音楽/Musik Baru). Beberapa *aidoru* yang mulai kehilangan pamor setelah acara musik satu persatu mulai dihentikan penayangannya, memilih untuk membanting setir dengan merambah dunia iklan televisi, model majalah dan bikini, dan sebagainya (Koron dalam *Ibid* 2015, 5).

Kekuatan *aidoru* yang memudar kembali bangkit dengan kemunculan beberapa grup *aidoru* baru, antara lain Morning Musume (モーニング娘。) pada tahun 1997, AKB48 pada tahun 2005, dan Momoiro Clover Z (ももいろクローバーZ/*Momoiro Kurōbā Zetto*) pada tahun 2008.

## 2.2 Sejarah AKB48: Jalan Panjang Menuju Langit Biru

Akimoto Yasushi (秋元康) yang merupakan seorang produser hendak membentuk sebuah grup *aidoru* yang berdomisili di Akihabara<sup>10</sup> dengan mencari beberapa gadis remaja. Proses untuk mencari peserta audisi ini oleh Akimoto disebut dengan *Akihabara 48 Project*. Akimoto menyebarkan sebuah poster di beberapa tempat di Jepang untuk menyebarkan informasi tentang audisi tersebut.



awasan pusat perbelanjaan barang elektronik, *anime*, dan *manga* yang terletak di sekitar Akihabara, Tokyo, Jepang. Kawasan ini juga menjadi surga bagi para *otaku* di bidang *manga*, permainan video.

Audisi dimulai pada bulan Juli 2005 dan pengumuman audisi diumumkan pada bulan Oktober dengan terpilihnya sebanyak 45 dari 7.924 remaja yang mendaftar. Ke-45 remaja tersebut kemudian disaring lagi pada audisi terakhir hingga hanya menyisahkan 20 orang.

Tanggal 8 Desember 2005 menjadi debut ke-20 member yang terpilih tersebut. Member-member tersebut melakukan sebuah pertunjukan di

teater mereka yang terletak di Akihabara. Member-member inilah yang menjadi yang menjadi generasi pertama AKB48<sup>11</sup>. Mereka adalah Takahashi Minami (高橋みなみ), Itano Tomomi (板野友美), Kojima Haruna (小嶋陽菜), Minegishi Minami (峯岸みなみ), Maeda Atsuko (前田敦子), Komatani Hitomi (駒谷仁美), Narita Risa (成田梨紗), Hoshino Michiru (星野みちる), Sato Yukari (佐藤由加理), Masuyama Kayano (増山加弥乃), Ohe Tomomi (大江朝美), Usami Yuki (宇佐美友紀), Orii Ayumi (折井あゆみ), Nakanishi Rina (中西里菜), Kawasaki Nozomi (川崎希), Oshima Mai (大島麻衣), Urano Kazumi (浦野一美), Hirajima Natsumi (平嶋夏海), Watanabe Shiho (渡辺志穂) dan Tojima Hana (戸島花).

Pada tanggal 1 Februari 2006, AKB48 merilis *single* (indie)<sup>12</sup> pertama mereka yang berjudul *Sakura no Hanabiratachi* (桜の花びらたち/Kelopak-kelopak



Gambar 2.1 Poster Audisi Generasi Pertama AKB48  
Sumber: Film Dokumenter AKB48



ali para peserta audisi penerimaan member AKB48 lulus audisi, maka disebut sebagai si.  
endiri lagu tanpa adanya label rekaman.

Bunga Sakura). *Single* ini masuk ke dalam peringkat 10 besar tangga lagu mingguan Oricon<sup>13</sup> dan terjual 22.011 kopi yang sangat jarang untuk sebuah grup musik berlabel indie (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 13 Februari 2006, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2006-02-13/>).

Beberapa bulan kemudian, tepatnya pada 7 Juni 2006, AKB48 kembali merilis *single* indie kedua mereka yang berjudul *Skirt, Hirari* (スカート、ひらり). CD *single* ini dijual seharga ¥ 1.000. CD *Single* ini berhasil terjual hingga 13.349 kopi pada minggu pertama penjualan dan menempati peringkat ke-13 pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 19 Juni 2006, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2006-06-19/p/2/>).

AKB48 akhirnya merilis debut mayor<sup>14</sup> mereka. Debut *single* mereka *Aitakatta* (会いたかった) di bawah naungan label rekaman DefSTAR Records dirilis pada 25 Oktober 2006. Untuk CD *single Aitakatta* dibagi menjadi 2 jenis, yakni *limited edition* dan *regular edition*. Untuk CD *limited edition*, terdapat sebuah DVD di dalamnya yang berisikan video klip *single Aitakatta* dan video dokumenter tentang perjalanan debut mayor AKB48 yang dijual seharga ¥ 1.500. Sedangkan untuk CD *regular edition* yang hanya berisikan CD, dijual dengan harga ¥ 1.200. CD Pada minggu pertama penjualan, *single* ini mampu terjual sebanyak 17.481 kopi sehingga menempati posisi ke-12 pada tangga lagu mingguan Oricon tanggal 6



nc. (株式会社オリコン /*Kabushiki-gaisha Oricon*) atau Original Confidence adalah perusahaan Jepang yang bergerak di bidang musik dan menyediakan informasi mengenai CD dan album Jepang yang diterbitkan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Oricon menyediakan informasi tentang penjualan penyanyi di berbagai jenis, termasuk *single*, DVD, dan lagu dengan label rekaman.

November 2006. Selain *single Aitakatta*, bersama label rekaman ini, AKB48 juga merilis 7 buah *single* lainnya, yakni *Seifuku ga Jama o Suru* (制服が邪魔をする) pada 31 Januari 2007, *Keibetsu Shiteita Aijō* (軽蔑していた愛情) pada 18 April 2007, *BINGO!* pada 18 Juli 2007, *Boku no Taiyō* (僕の太陽) pada 8 Agustus 2007, *Yūhi o Miteiru ka?* (夕陽を見ているか) pada 31 Oktober 2007, *Romance, Irane* (ロマンス、イラネ) pada 23 Januari 2008, dan *Sakura no Hanabiratachi 2008* (桜の花びらたち 2008) pada 27 Februari 2008.

Album pertama AKB48 rilis pada 1 Januari 2008 dengan judul *Set List: Greatest Songs 2006-2007* (SET LIST～グレイテストソングス 2006-2007～). Album ini berisikan lagu-lagu pilihan AKB48 di tahun 2006 dan 2007. Album ini dijual ke dalam 2 jenis, yakni *limited edition* (berisikan CD dan DVD) dan *regular edition* (hanya CD). *Limited edition* dijual seharga ¥ 3.300 dan *regular edition* dijual seharga ¥ 2.857. Total penjualan album ini adalah lebih dari 250 ribu kopi. Oleh karena itu, album ini dianugerahi sertifikasi *Platinum* oleh The Recording Industry Association of Japan (RIAJ) (日本レコード協会/Asosiasi Industri Rekaman Jepang)<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> RIAJ adalah sebuah asosiasi dagang yang beranggotakan perusahaan-perusahaan Jepang yang bergerak di bidang industri musik. RIAJ bertugas dalam promosi penjualan musik, penegakan hukum hak cipta, dan penelitian yang berkaitan dengan industri musik Jepang. Penghargaan sertifikasi RIAJ sendiri terbagi menjadi: 1. Gold (G) dengan total penjualan lebih dari 100.000 tapi kurang dari 250.000; 2. Platinum (P) dengan total penjualan lebih dari 250.000 tapi kurang dari 500.000; 3. Double Platinum (2P) dengan total penjualan lebih dari 500.000 tapi kurang dari 750.000; 4. Triple Platinum (3P) dengan total penjualan lebih dari 750.000 tapi kurang dari 1.000.000; 5. Million (M) dengan total penjualan lebih dari 1.000.000 tapi kurang dari 2.000.000; 6. Double Million (2M) dengan total penjualan lebih dari 2.000.000 tapi kurang dari 3.000.000; 7. Triple Million (3M) dengan total penjualan lebih dari 3.000.000 tapi kurang dari 4.000.000; 8. Quadruple Million (4M) dengan total penjualan lebih dari 4.000.000 tapi kurang dari 5.000.000; 9. Quantuple Million (5M) dengan total penjualan lebih dari 5.000.000.



Kemesraan yang terjalin selama hampir 2 tahun antara AKB48 dengan Sony Music Japan di bawah sublabel rekaman DefSTAR Records harus berakhir pada akhir Februari 2008. Tanpa adanya label rekaman, pada 13 Juni 2008, AKB48 tetap merilis *single* baru dengan format yang berbeda. *Jimusho* memutar otak dengan merilis digital pertama AKB48 yang berjudul *Baby! Baby! Baby!*. Keunikan dari *single* ini adalah tidak dijualnya dalam bentuk keping CD seperti *single-single* sebelumnya, melainkan hanya dijual secara digital—sesuai namanya. Jadi, bagi yang ingin membeli *single* ini harus mengunduhnya melalui jasa penyedia musik daring (*online*), seperti Napster<sup>16</sup> dan Tower Records<sup>17</sup>. *Single* ini merupakan *single* ke-9 dan *single* digital pertama AKB48.

Pada Oktober 2008, AKB48 boleh bernapas lega setelah menandatangani kontrak kerjasama dengan KING RECORDS di bawah sublabel You, Be Cool!. Tidak membutuhkan waktu lama bagi AKB48 untuk kembali beraktivitas di dunia musik Jepang, setelah menandatangani kontrak dengan You, Be Cool!, AKB48 langsung “tancap gas” dengan merilis *single* ke-10 mereka yang berjudul *Ōgoe Diamond* (大声ダイヤモンド) pada 22 Oktober 2008. Di bawah label rekaman yang baru, AKB48 melakukan sedikit gebrakan konsep dalam penjualan *single* kali ini. *Single* terbagi menjadi 2 jenis, yang pertama adalah *regular edition* (berisi CD dan DVD) dan yang kedua adalah *theater edition* (berisi CD dan DVD). Kedua jenis *single* tersebut sama-sama dijual dengan harga ¥ 1.524. Gebrakan yang dilakukan

11 AKB48 tersebut terbukti berhasil dengan catatan penjualan pada minggu



jasa penyedia musik untuk mengunduh lagu yang didirikan pada tahun 1999. Toko musik daring yang memiliki jaringan internasional yang berbasis di California, Serikat. Berdiri pada 1960 dan menjadi toko musik daring pada tahun 1995.

pertama sebanyak 58.258 kopi sehingga berhasil menduduki peringkat ke-3 pada tangga lagu mingguan Oricon dan total penjualan di tahun 2008 yang menembus angka 67.716 kopi dan berhasil masuk ke dalam 7 besar penjualan *single* terlaris pada bulan Oktober 2008 berdasarkan data Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 3 November 2008). Pada bulan November tahun ini juga, 5 orang member dari tim A memutuskan untuk *graduate* pada waktu yang bersamaan. Mereka adalah Ohe Tomomi, Komatani Hitomi, Tojima Hana, Nakanishi Rina, dan Narita Risa.

Pada 8 Juli 2009, untuk pertama kalinya AKB48 menggunakan konsep yang berbeda untuk menentukan member yang akan membawakan *single* AKB48 selanjutnya, yaitu *single* ke-13. Jika member yang membawakan *single-single* sebelumnya dipilih oleh *jimusho* karena jumlah member sangat banyak, kali ini para penggemarlah yang menentukan member siapa yang “layak” untuk membawakan *single* tersebut atau yang lebih dikenal dengan istilah *Senbatsu Sōsenkyo* (選抜総選挙/Pemilihan Member). *Senbatsu Sōsenkyo* akan saya bahas lebih lanjut pada subbab selanjutnya. *Senbatsu Sōsenkyo* pertama ini dimenangkan oleh Maeda Atsuko dengan perolehan 4.630 suara (Oricon News, “第1回 AKB48 選抜総選挙”, 2009, <https://career.oricon.co.jp/news/77033/full/>).

*Single* ke-13 AKB48 rilis pada 26 Agustus 2009 dengan judul *Iiwake Maybe* (言い訳 Maybe). *Single* yang berisikan member pilihan (*senbatsu*) para

ini terbukti berhasil dalam mendongkrak popularitas AKB48 di mana menduduki peringkat nomor wahid pada penjualan di hari pertama di Jepang. Pada minggu pertama penjualan, *single* ini mampu terjual sebanyak



90.744 kopi dan menjadikan AKB48 sebagai terbaik ke-2 pada tangga lagu mingguan Oricon. Selain itu, *single* ini juga menduduki peringkat ke-2 sebagai *single* terlaris di bulan September 2009 (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 7 September 2009, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2009-09-07/>).

Dua bulan kemudian, pada 21 Oktober 2009, AKB48 merilis *single* ke-14 mereka yang berjudul *RIVER*. *Single* ini menjadi *single* pertama AKB48 yang menduduki peringkat teratas pada penjualan minggu pertama menurut tangga lagu Oricon dengan penjualan sebanyak 178. 579 kopi pada minggu pertama (naik hampir 2 kali lipat jika dibandingkan dengan *single* AKB48 sebelumnya) dan merupakan *single* terlaris kedua pada Oktober 2009 (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 2 November 2009, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2009-11-02/>). *Single* ini juga dijual ke dalam 2 jenis, yakni *regular edition* yang dijual seharga ¥ 1.524 dan *theater edition* yang juga dijual seharga ¥ 1.524. *Single* ini juga menjadi *single* pertama AKB48 yang berhasil mencatatkan rekor total penjualan lebih dari 200 ribu kopi, lebih tepatnya 216.527 kopi pada tahun 2009.

AKB48 mengawali tahun baru 2010 dengan merilis sebuah *dorama* yang diperankan oleh beberapa member dari AKB48 dan *sister group* mereka, seperti SKE48 dan SDN48. *Dorama* yang berjudul *Majisuka Gakuen* (マジすか学園 /Akademi Majisuka) ini tayang setiap hari Jumat dan memiliki total 12 episode.

ini ditayangkan di TV Tokyo mulai dari 8 Januari hingga 26 Maret 2010 di TV Tokyo, “Majisuka Gakuen”, 2010, <https://www.tv-tokyo.co.jp/majisuka/>.

ini bercerita tentang 2 orang murid yang bernama Maeda Atsuko



(diperankan oleh Maeda Atsuko) dan Onizuka Daruma (diperankan oleh Takekawa Natsuko SDN48) yang pindah ke sekolah khusus perempuan yang bernama “Majisuka Gakuen”. Mereka masuk di kelas yang sama, yakni kelas 2-C. Di sekolah ini, perkelahian dan kekerasan adalah hal biasa yang terjadi di antara para siswa karena sekolah tersebut terkenal sebagai sekolah bagi para murid yang nakal dan di sekolah tersebut juga terdapat berbagai macam geng. Geng penguasa di sekolah tersebut dikenal dengan kelompok “Rapapa”. Daruma yang merupakan sosok yang suka mencari keributan dan masalah, tapi lemah dalam bertarung merupakan kebalikan dari sosok Maeda yang sebenarnya kuat, tetapi dia menyembunyikan kekuatannya. Pada suatu kesempatan, Daruma dikeroyok oleh sebuah kelompok yang bernama “Tim Hormon”. Daruma yang tidak berdaya, diteriaki oleh salah seorang anggota kelompok tersebut dengan mengucapkan: “Majisuka?” yang berarti “Apakah kau serius (menghadapi kami)?”, mendengar hal tersebut membuat Maeda mengeluarkan kekuatannya dan “menghabisi” kelompok tersebut dengan mudah. Berita mengenai Maeda yang memenangkan perkelahian tersebut tersebar secara cepat hingga sampai ke kelompok “Rapapa”. Setelah Maeda menyelamatkannya, Daruma menganggap Maeda sebagai bosnya dan sejak saat itu, mereka mulai bersahabat.

Pada 17 Februari 2010, AKB48 merilis *single* ke-15 mereka yang berjudul *Sakura no Shiori* (桜の葉). *Single* ini terbagi menjadi 3 jenis, yakni *regular edition* tipe A (CD+DVD) dijual seharga ¥ 1.524, *regular edition* tipe B (CD+DVD) dijual seharga ¥ 1.524, dan *theater edition* (hanya CD) dijual seharga ¥ 1.000. *Single* ini mencatatkan rekor sebagai *single* yang dirilis oleh kelompok/artis penyanyi wanita



yang penjualannya lebih dari 300.000 kopi pada penjualan di minggu pertama—lebih tepatnya sebanyak 317.828 kopi sehingga menempatkan AKB48 di peringkat pertama pada tangga lagu mingguan Oricon dan juga menjadi *single* peringkat ke-2 *single* terbaik pada bulan Februari 2010 (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 1 Maret 2010). Untuk kedua kalinya juga nama AKB48 menduduki peringkat teratas di tangga lagu mingguan Oricon setelah sebelumnya mencapai hal serupa dengan *single RIVER* (*single* ke-14). *Single Sakura no Shiori* ini juga menempati posisi ke-12 sebagai *single* terlaris pada 2010.

Pada 21 September 2010, bertempat di Nippon Budōkan, diperkenalkan sistem baru dalam *Senbatsu Sōsenkyo*, yakni *Janken Taikai* (じゃんけん大会)<sup>18</sup>, untuk memilih member yang akan membawakan *single* ke-19 yang berjudul *Chance no Junban*. Sesuai dengan namanya, “pertandingan” ini hanya memerlukan keberuntungan untuk menjadi pemenang. Member-member yang biasanya menjadi langganan *senbatsu* belum tentu akan menjadi pemenang, bahkan member yang belum pernah masuk *senbatsu* bisa saja menjadi pemenangnya. Hal ini merupakan salah satu strategi *jimusho* agar semua member dapat merasakan “kenikmatan” menjadi *senbatsu*.

*Single* ke-18 AKB48 yang rilis pada 27 Oktober 2010 yang berjudul *Beginner* berhasil mencatatkan beberapa rekor, di antaranya *single* pertama AKB48 yang berhasil terjual hingga lebih dari 1.000.000 kopi, *single* terlaris di minggu



kegiatan (*event*) yang melibatkan semua member AKB48. Pada kegiatan ini, para member melakukan permainan batu-gunting-kertas untuk menentukan siapa yang akan membawakan *single* berikutnya.

pertama penjualan—sebanyak 826.989 kopi (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 8 November 2010, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2010-11-08/>), sehingga menjadi *single* terlaris seantero Jepang pada tahun 2010 (Peringkat Tangga Lagu Tahunan Oricon tahun 2010, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2010/>).

Pada 8 Desember 2010, AKB48 menggelar konser untuk memperingati 5 tahun mereka berkarier di belantika musik. Akan tetapi, hanya dilakukan secara LOD (*Live on Demand*)<sup>19</sup>. Semua member AKB48 dari semua tim (A, K, dan B), *kenkyūsei*, dan member yang telah *graduate* mengambil bagian pada konser kali ini. Pada konser ini juga diumumkan bahwa semua member *kenkyūsei* yang merupakan generasi ke-9 AKB48, yakni Oba Mina, Shimazaki Haruka, Shimada Haruka, Takeuchi Miyu, Nagao Mariya, Nakamura Mariko, Mori Anna, dan Yamauchi Suzuran, akan ditetapkan menjadi member penuh AKB48 yang selanjutnya akan menjadi tim 4 AKB48. Pada konser ini juga dirilis *single* ke-19 AKB48 yang berjudul *Chance no Junban* (チャンスの順番) di mana sebelumnya telah diadakan *Janken Taikai* untuk memilih member yang akan menjadi *senbatsu* pada 21 September lalu. *Single* ini dibedakan menjadi 4 jenis, yakni *regular edition* tipe A (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, *regular edition* tipe K (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, *regular edition* tipe B (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, dan *theater edition* yang dijual seharga ¥ 1.000. Untuk



via internet yang disediakan oleh *jimusho* AKB48, AKS, yang telah bekerjasama dengan , sebuah perusahaan Jepang yang bergerak di bidang perdagangan elektronik dan internet em daring. Cukup dengan mendaftar sebagai anggota dengan berlangganan pada situs DMM.com, para pelanggan sudah bisa mengunduh video pertunjukan teater AKB48 yang n setiap hari dengan biaya langganan sebesar ¥ 3.066/bulan atau ¥ 540 untuk sekali (ari). Pembayaran hanya dilakukan dengan menggunakan kartu kredit Jepang.

penjualan pada minggu pertama, *single* ini berhasil terjual sebanyak 596.769 kopi dan berhasil menduduki peringkat pertama pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 20 Desember 2010, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2010-12-20/>).

Pada 15 April 2010, sekuel dari *dorama Majisuka Gakuen* yang berjudul *Majisuka Gakuen 2* (マジすか学園 2) pertama kali tayang di TV Tokyo setiap hari Jumat mulai dari 15 April hingga 1 Juli 2011. *Dorama* ini memiliki total 24 episode dan masih diperankan oleh member-member dari AKB48, SKE48, dan SDN48 (TV Tokyo, “Majisuka Gakuen 2”, 2011, <https://www.tv-tokyo.co.jp/majisuka2>). *Dorama* ini menceritakan keadaan Majisuka yang memasuki tahun ajaran baru di mana Oshima Yuko yang merupakan ketua geng “Rapapa” menyerahkan kekuasaan kepada Maeda Atsuko. Akan tetapi, Maeda Atsuko lebih memilih untuk menjadi wakil ketua. Hal ini dikarenakan dia memiliki urusan lain. Oleh karena itu, dia memilih untuk menyerahkan kepemimpinan kepada Otabe (diperankan oleh Yokoyama Yui), seorang murid pindahan yang telah dikenal Maeda jauh sebelum pindah ke Majisuka. Otabe dan Maeda yang sekarang mejadi pimpinan geng terkuat di Majisuka harus bekerjasama untuk mempertahankan kekuasaan mereka dari musuh-musuh yang berasal dari dalam dan luar sekolah mereka.

Pada 6 Juni 2011 dibentuk tim 4 AKB48 setelah sebelumnya, pada 8 Desember 2010, telah diumumkan bahwa 8 orang *kenkyūsei*, yaitu Oba Mina,

mi Haruka, Shimada Haruka, Takeuchi Miyu, Nagao Mariya, Nakamura Mori Anna, dan Yamauchi Suzuran, akan diubah statusnya menjadi



member penuh. Nakamata Shiori menyusul mereka berdelapan pada bulan Maret sebelumnya dan Ichikawa Miori pada akhir bulan Mei 2011.

Album ke-3 AKB48 dengan judul *Koko ni Ita Koto* (ここにいたこと) yang rilis pada 8 Juni 2011 dianugerahi sertifikasi *Million* oleh RIAJ<sup>20</sup> karena berhasil terjual sebanyak lebih dari 1 juta kopi. Album ini dijual ke dalam 3 jenis, yakni *limited edition* (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 3.333, *regular edition* (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 3.048, dan *theater edition* (hanya CD) yang dijual seharga ¥ 1.980. Khusus untuk jenis *limited edition* dikemas dalam sebuah kotak spesial yang berisikan sebuah *shashinshū* (写真集/*Photobook*)<sup>21</sup> dan sebuah foto acak member AKB48. Album ini mampu terjual sebanyak 601.985 kopi di minggu pertama penjualan, maka album ini menjadi album pertama AKB48 yang mampu terjual lebih dari 1 juta kopi. Album ini juga menjadi album terbaik ke-2 pada tahun 2011 (Peringkat Tangga Album Tahunan Oricon, 2011, <https://www.oricon.co.jp/rank/ja/y/2011/>).

Pada ajang “Japan Record Award” (JRA) (日本レコード大賞/*Nihon Rekōdo Taishō*)<sup>22</sup> yang ke-53 pada 30 Desember 2011, AKB48 keluar sebagai pemenang utama dengan *single* ke-22 mereka, *Flying Get*. Hal ini merupakan pencapaian yang sangat luar biasa bagi AKB48 karena kemenangan ini adalah yang pertama bagi mereka di ajang prestisius di dunia musik Jepang. Selain AKB48, terdapat juga



arbook 2012  
buku atau album yang berisikan foto-foto eksklusif member AKB48 yang dicetak dalam  
g beragam, seperti A3, A4, A5, B3, dan B5. Biasanya di dalam *Shashinshū* terdapat  
ter. Tidak hanya AKB48, semua *sister group*-nya juga merilis *Shashinshū*.  
penghargaan musik terbesar di Jepang yang diberikan oleh Asosiasi Komponis Jepang  
*composer's Association*). Penghargaan ini diberikan sejak tahun 1959, dan dipandang  
nghargaan yang paling berpengaruh dalam dunia industri komersial Jepang.

penyanyi lain yang memenangkan nominasi lain, seperti “Penghargaan Penyanyi Terbaik” yang dimenangkan oleh Fuyumi Sakamoto, “Penghargaan Penyanyi Pendatang Baru” yang dimenangkan oleh Firies, dan “Penghargaan Album Terbaik” yang dimenangkan oleh Kazumasa Oda dengan album *Dōmo* (どーも) (TBS, “Japan Record Award”, 2011, <http://www.tbs.co.jp/recordaward/award/taishou>).

AKB48 merilis *single* ke-25 mereka pada 15 Februari 2012 yang berjudul *GIVE ME FIVE!*. *Single* ini dibagi menjadi 5 jenis, yaitu *limited edition* tipe A (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, *regular edition* tipe A (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, *limited edition* tipe B (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, *regular edition* tipe B (berisi CD dan DVD) yang dijual seharga ¥ 1.524, dan *theater edition* (hanya CD) yang dijual seharga ¥ 952. *Single* ini juga mampu terjual lebih dari 1 juta kopi, lebih tepatnya 1.287.217 kopi pada minggu pertama, dan menduduki peringkat pertama pada penjualan di minggu pertama menurut tangga lagu mingguan Oricon tanggal 27 Februari 2012. Tiga bulan setelah merilis *single* ini, pada 23 Mei 2012, AKB48 kembali merilis *single* yang menjadi *single* ke-26 mereka yang berjudul *Manatsu no Sounds Good!* (真夏の Sounds Good!). *Single* ini hanya dibedakan menjadi 4 jenis, yakni *limited edition* tipe A (berisi CD dan DVD), *regular edition* tipe A (berisi CD dan DVD), *limited edition* tipe B (berisi CD dan DVD), dan *regular edition* tipe B (berisi CD dan DVD) yang dijual dengan harga yang sama, ¥ 1.524. *Single* ini menjadi *single*

pada penjualan di hari pertama dengan terjualnya sebanyak 1.170.554 kopi menempati peringkat pertama pada tangga lagu mingguan Oricon dengan penjualan sebanyak 1.616.795 kopi pada penjualan di minggu pertama yang



merupakan sebuah rekor dengan penjualan terbanyak pada minggu pertama penjualan (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 4 Juni 2012, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2012-06-04/>).

*Dorama* milik AKB48 kembali rilis pada 13 Juli 2012. *Dorama* berjudul *Majisuka Gakuen 3* (マジすか学園 3). Berbeda dengan kedua prekuelnya yang berlatar di sebuah sekolah masa sekarang, *dorama* kali ini berlatar dan beralur di sebuah penjara khusus perempuan pada masa depan di tahun 20XX. Penjara tersebut bernama “Penjara Hope” atau biasa juga disebut “Penjara Majisuka”. Penjara Majisuka ini berisi sekumpulan perempuan yang dianggap sebagai sampah masyarakat dan dikucilkan bahkan disingkirkan oleh keluarganya sendiri. Semua tahanan yang ada di sini tidak pernah dianggap oleh keluarganya, bahkan pada saat jam pembesukanpun tidak ada satupun anggota keluarga yang sudi untuk menjenguk mereka yang berada di sini. Di penjara ini, semua tahanan dipakaikan sebuah gelang yang merupakan bukan gelang biasa, gelang ini akan bereaksi untuk mengeluarkan racun jika para tahanan melanggar peraturan yang sudah dibuat, salah satunya peraturannya adalah mereka tidak boleh meninggalkan penjara melebihi sensor batas yang telah ditetapkan. Sama seperti prekuelnya, *dorama* ini juga menceritakan tentang adanya kelompok-kelompok dalam penjara tersebut. Penjara ini memiliki sistem di mana yang kuat akan bertahan hidup. Oleh karena itu, setiap kelompok yang ada di dalam penjara ini saling bertarung untuk menjadi yang kuat. *Dorama* ini mulai tayang pada 13 Juli-5 Oktober 2012 yang ditayangkan setiap hari Jumat di TV Tokyo (TV Tokyo, “Majisuka Gakuen 3”, <https://www.tv-tokyo.co.jp/majisuka3/>).



AKB48 merilis album ke-4 mereka yang berjudul *1830m* pada 15 Agustus 2012. Album ini terbagi menjadi 2 jenis, yakni *regular edition* yang dijual seharga ¥ 3.048 dan *theater edition* yang dijual seharga ¥ 1.886. Album ini berhasil mencapai total penjualan lebih dari 1.042.879 kopi sehingga dianugerahi sertifikasi *Million* oleh RIAJ pada bulan Agustus 2012.<sup>23</sup> Nama 1830m diambil dari jarak antara teater AKB48 dengan Tokyo Dome, tempat di mana AKB48 akan melangsungkan konser berikutnya.

AKB48 menggelar sebuah konser akbar yang digelar 3 hari berturut-turut mulai dari 24-26 Agustus 2012. Konser ini juga menjadi konser perpisahan Maeda Atsuko yang akan *graduate* pada keesokan harinya, 27 Agustus—telah mengumumkan *graduation*-nya pada 25 Maret 2012 sebelumnya. Bukan hanya AKB48 yang berpartisipasi pada konser ini, tetapi juga dimeriahkan oleh *sister group*-nya, seperti SKE48, NMB48, HKT48, dan JKT48. Pada konser ini, juga diumumkan mengenai adanya perpindahan member secara besar-besaran dan juga pemilihan kapten baru di masing-masing tim, seperti Takahashi Minami yang menjadi *sōkantoku* (総監督/*general captain*)<sup>24</sup> AKB48, Shinoda Mariko yang menjadi kapten tim A, Oshima Yuko yang menjadi kapten tim K, dan Umeda Ayaka yang menjadi kapten tim B.

AKB48 kembali berhasil memenangkan penghargaan pada “54th Japan Record Award” yang digelar pada tanggal 30 Desember 2012 melalui *single* mereka

judul *Manatsu no Sounds Good* yang berhasil terjual hingga 1.820.056

arbook 2013

um yang memimpin AKB48 secara keseluruhan.



pada tahun tersebut. Hal ini merupakan yang kedua kalinya secara beruntun setelah pada tahun sebelumnya berhasil memenangkan penghargaan serupa melalui *single Flying Get*. Penyanyi lain yang berhasil memenangkan nominasi lain pada penghargaan ini, antara lain Yoshimi Tendō sebagai penyanyi solo terbaik, Leo Ieri sebagai penyanyi pendatang baru terbaik, dan Kana Nishino dengan albumnya, *Love Place*, sebagai album terbaik pada tahun tersebut.

Bulan Maret-September menjadi ujian yang cukup berat bagi AKB48 karena beberapa member yang *graduation*. Mereka adalah Nakaya Sayaka (tim K) pada 6 Maret, Nito Moeno (tim A) pada 28 April, Kasai Tomomi (tim A) pada 3 Mei, Komori Mika (tim B) pada 3 Juni, Matsubara Natsumi (tim K) pada 4 Juni, Nakatsuka Tomomi pada 13 Juni, Shinoda Mariko (tim A) pada 21 Juli, Akimoto Sayaka (tim K) pada 22 Agustus, Itano Tomomi (tim K) pada 25 Agustus, dan Nakamata Shori (tim A) pada 23 September.

*Single* ke-31 AKB48 berjudul *Sayonara Crawl* (さよならクロール) yang dirilis pada 22 Mei 2013 menjadi *single* yang terlaris pada penjualan hari pertama sejak AKB48 dibentuk dengan penjualan sebanyak 1.450.881 kopi. *Single* ini juga berhasil menembus angka 1.900.000 dalam hal penjualan, lebih tepatnya 1.955.800 kopi. *Single* ini juga dijual ke dalam 7 jenis, yakni *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe K, *regular edition* tipe K, *limited edition* tipe B, dan *regular edition* tipe B yang semuanya dijual dengan harga ¥ 1.524, serta *theater*

yang dijual seharga ¥ 952. *Single* berhasil menghantarkan AKB48 sebagai k pada tangga lagu mingguan Oricon dengan penjualan sebanyak



1.762.873 kopi pada minggu pertama Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 3 Juni 2013, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2013-06-03/>).

Pada 8 Juni 2013, bersamaan dengan konser AKB48 yang diadakan di Nissan Stadium–AKB48 merupakan grup penyanyi wanita pertama yang menggelar konser di tempat ini, diadakan juga *Senbatsu Sōsenkyo* untuk yang ke-5 kalinya. *Senbatsu Sōsenkyo* kali ini diadakan untuk memilih member yang akan membawakan *single* ke-32 mereka. Secara mengejutkan, seorang member dari luar AKB48 yang bernama Sashihara Rino (指原莉乃) dari HKT48 menjadi pemanang dalam pemilihan kali ini. Selain itu, konser kali ini juga merupakan konser yang terbesar yang pernah digelar oleh AKB48 dengan jumlah penonton sebanyak 72.327 orang (32<sup>nd</sup> *Senbatsu Sōsenkyo Official Website*, <http://www.akb48.co.jp/sousenkyo/32ndsingle/result.html>).

*Single* ke-32 AKB48 yang berjudul *Koi Suru Fortune Cookie* (恋するフォーチュンクッキー) rilis pada 21 Agustus 2013. Selain dijual dengan 7 jenis yang berbeda seperti pada *single* sebelumnya, khusus pada *single* ini juga dijual dalam bentuk piringan hitam yang dijual seharga ¥ 1.944. *Single* ini berhasil terjual sebanyak 1.095. 894 kopi di hari pertama penjualan yang merupakan pencapaian tertinggi di antara *single* AKB48 lainnya tanpa sistem pemungutan suara (*sōsenkyo*). Untuk minggu pertama, *single* ini terjual sebanyak 1.330.432 kopi dan meduduki posisi puncak pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu

n Oricon tanggal 2 September 2013, [www.oricon.co.jp/rank/js/w/2013-09-02/](http://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2013-09-02/)).



*Single* ke-33 AKB48 berjudul *Heart Ereki* (ハート・エレキ) yang dirilis pada 30 Oktober 2013 menjadi *single* pertama AKB48 yang dijual ke dalam 9 jenis, yakni *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe K, *regular edition* tipe K, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe 4, *regular edition* tipe 4, dan *theater edition*. Semua jenis tersebut dijual seharga ¥ 1.524, kecuali *theater edition* yang hanya dijual seharga ¥ 952. *Single* ini mampu terjual sebanyak 1.203.586 pada penjualan di minggu pertama sehingga berhak untuk menempati posisi pertama pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 11 November 2013, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2013-11-11/>).

Untuk merayakan peringatan 8 tahun AKB48 terbentuk pada 8 Desember 2013 dengan melibatkan seluruh member AKB48, mulai dari tim A, tim K, tim B, dan *kenkyūsei*. 3 hari setelah perayaan tersebut, pada 11 Desember 2013, AKB48 merilis *single* ke-34 mereka yang berjudul *Suzukake no Ki no Michi de "Kimi no Hohoemi wo Yume ni Miru" to Itteshimattara Bokutachi no Kankei wa Dou Kawatteshimaunoka, Bokunari ni Nannichi ka Kangaeta Ue deno Yaya Kihazukashii Ketsuron no youna Mono* (鈴懸の木の道で「君の微笑みを夢に見る」と言ってしまったら僕たちの関係はどう変わってしまうのか、僕なりに何日か考えた上でのやや気恥ずかしい結論のようなもの). *Single* ini merupakan *single* AKB48 dengan judul terpanjang yang pernah ada. *Single* ini juga melibatkan

member dari *sister group* AKB48, yakni SKE48, NMB48, dan HKT48.

ena itu, *single* ini dijual menjadi 5 jenis, yakni *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe S, *regular edition* tipe N, dan *regular edition* tipe H yang



mewakili huruf depan masing-masing grup, serta satu lagi, yakni *theater edition*. *Single* ini membuat AKB48 berada pada posisi pertama pada tangga lagu mingguan Oricon meski jumlah penjualannya tidak sebanyak beberapa *single* sebelumnya, yakni 1.033.336 kopi (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 23 Desember 2013, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2013-12-23/>).

Pada 22 Januari 2014, AKB48 merilis album mereka yang ke-5 dengan judul *Tsugi no Ashiato* (次の足跡). Album ini dibedakan menjadi 4 jenis. Pertama adalah *limited edition* tipe A yang berisikan 2 CD dan sebuah DVD, dijual seharga ¥ 3.400; yang kedua adalah *regular edition* tipe A yang berisikan 2 CD, dijual seharga ¥2.700; yang ketiga adalah *regular edition* tipe B yang berisikan 2 CD, dijual seharga ¥2.700; dan yang terakhir adalah *theater edition* yang hanya berisikan sebuah CD, dijual seharga ¥2.000. Album ini mencatatkan total penjualan penjualan sebanyak 1.041.951 kopi sehingga dianugerahi sertifikasi *Million* oleh RIAJ.<sup>25</sup>

Pada tanggal 3 April 2014, dibentuk sebuah tim baru AKB48, yakni tim 8. Berbeda dengan tim lainnya di AKB48, tim 8 seakan memiliki “dunia”-nya tersendiri karena tim ini memiliki jumlah member yang tetap, yaitu 47 orang yang merupakan representasi dari jumlah prefektur di Jepang (artinya semua member tim 8 berasal dari prefektur yang berbeda-beda). Selain itu, tim 8 juga memiliki slogan dan sponsor tersendiri, yaitu Toyota.



okyear 2015

*Single* ke-36 AKB yang berjudul *Labrador Retriever* (ラブラドル・レトリバー) rilis pada 21 Mei 2014. *Single* ini berhasil terjual sebanyak 1.462.156 kopi pada penjualan di hari pertama sekaligus mengalahkan rekor yang dipegang oleh *single Sayonara Crawl* yang berhasil terjual sebanyak 1.450.881 kopi di hari pertama penjualan. *Single* ini dibedakan menjadi 9 jenis, yakni *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe K, *regular edition* tipe K, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe 4, *regular edition* tipe 4, dan *theater edition*. Semua jenis tersebut dijual seharga ¥ 1.524, kecuali *theater edition* yang hanya dijual seharga ¥ 952. Tepat pada hari perilisan *single* ini juga, Kikuchi Ayaka dari tim A *graduate* dari AKB48. Pada minggu pertama, *single* ini berhasil menyentuh angka penjualan sebanyak 1.662.265 kopi yang membuat AKB48 menduduki peringkat teratas pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 2 Juni 2014, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2014-06-02/>).

AKB48 kembali menggelar konser yang bertajuk *AKB48 Oshima Yuko Graduation Concert in Ajinomoto Stadium* (AKB48 大島優子 卒業コンサート in 味の素スタジアム) yang diselenggarakan pada 7 Juni-8 Juni 2014. Sesuai dengan namanya, konser kali ini merupakan konser *graduation* Oshima Yuko dari tim K pada hari kedua konser tersebut. Hari pertama konser tersebut diisi dengan *Senbatsu Sōsenkyo* untuk yang ke-6 kalinya. *Senbatsu Sōsenkyo* kali ini adalah untuk *senbatsu* pada *single* ke-37. Watanabe Mayu keluar sebagai pemenang pilihan kali ini dengan mengantongi 159.854 suara (37<sup>st</sup> *Senbatsu Sōsenkyo* Website, <http://www.akb48.co.jp/sousenkyo/37thsingle/>). Pada tanggal 18



di bulan ini, Okubora Chinatsu yang seorang member dari tim 8 *graduate*. Dikarenakan masing-masing tim 8 mewakili prefektur masing-masing, maka AKB48 langsung mengadakan audisi untuk menggantikan posisi Okubora Chinatsu yang merupakan perwakilan dari prefektur Gifu. Sebulan kemudian, pada tanggal 26 Juli 2014, Hattori Yuna berhasil lulus audisi untuk menggantikan posisi yang ditinggalkan oleh Okubora Chinatsu sebagai perwakilan dari prefektur Gifu.

*Single* ke-37 AKB48 baru rilis lebih dari 2 bulan setelah *Senbatsu Sōsenkyo*, tepatnya pada 27 Agustus 2014. *Single* ini berjudul *Kokoro no Placard* (心のプラカード). *Single* ini terbagi menjadi 9 jenis, yakni *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe C, *regular edition* tipe C, *limited edition* tipe D, dan *regular edition* tipe D yang sama-sama dijual seharga ¥ 1.524. Sedangkan jenis yang terakhir, *theater edition*, dijual dengan harga ¥ 952. Berdasarkan tangga lagu mingguan Oricon, *single* ini berhasil menjadi *single* terlaris pada minggu pertama penjualan dengan penjualan sebanyak 1.005.774 kopi sehingga berhak menduduki peringkat pertama pada tangga lagu tersebut (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 8 September 2014, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2014-09-08/>).

Bulan September 2014 kembali diadakan *Janken Taikai*, tepatnya pada 17 September di Nippon Budōkan. Namun, *Janken Taikai* kali ini berbeda dengan *Janken Taikai* sebelumnya di mana *Janken Taikai* kali ini diadakan bukan untuk

*senbatsu* pada *single* yang baru. Juara 1 pada *Janken Taikai* kali ini berhak melakukan debut solo dan juara 2-16 akan menjadi *backing vocal* penyanyi Watanabe Miyuki keluar sebagai pemenang pada *Janken Taikai* kali ini.



Seperti jadwal rutin lainnya, setiap tanggal 8 Desember setiap tahunnya, AKB48 menggelar perayaan untuk memperingati hari jadi mereka. Pada tahun 2014, AKB48 menggelar untuk yang ke-9 kalinya di mana kali ini diadakan di teater AKB48 dan dapat juga disaksikan menggunakan layanan LOD. Konser ini dimeriahkan oleh semua member dari AKB48 (Tim A, K, B, 4, dan 8). Pada konser ini juga, Takahashi Minami, yang kala itu menjabat sebagai *sōkantoku* AKB48, mengumumkan sebuah pernyataan yang mengejutkan bahwa dirinya akan *graduate* pada 8 Desember tahun depan (tahun 2015).

Pada 19 Januari tahun 2015, *dorama* yang semua pemerannya adalah member 48 *Family* kembali tayang dengan judul *Majisuka Gakuen 4* (マジすか学園 4). *Dorama* ini kembali mengambil latar di sebuah sekolah khusus perempuan yang bernama “Majisuka Jogakuen”, berbeda pada pada sekuel sebelumnya yang berlatar tempat sebuah penjara. Sama seperti pada seri *dorama* pertamanya, di sekolah ini perkelahian dan kekerasan adalah sebuah hal yang biasa terjadi dan terdapat beberapa kelompok murid di sekolah ini. Pemeran utama pada *dorama* ini adalah seorang murid pindahan bernama Sakura yang berniat untuk menjadi yang terkuat di antara murid lainnya dengan cara mengalahkan kelompok terkuat yang berkuasa di sekolah tersebut yang bernama “Rapapa”. Jika diperhatikan, alur cerita *dorama* kali ini berbanding terbalik dengan seri *dorama* yang pertama di mana pada seri *dorama* yang pertama, Maeda (diperankan oleh Maeda Atsuko) sebagai murid

tidak ingin menjadi yang terkuat di sekolah tersebut, tetapi karena terus-menerus oleh kelompok murid di sekolah tersebut, terpaksa dia urkan kekuatannya yang sesungguhnya. *Dorama* ini mulaia tayang pada 19



Januari-30 Maret 2015 dan tayang setiap hari Senin di stasiun televisi Nippon TV (Nippon TV, “Majisuka Gakuen 4”, 2015, <http://www.ntv.co.jp/majisuka4/>).

Pada 21 Januari 2015, AKB48 merilis album ke-6 mereka yang berjudul *Koko ga Rhodes da, Koko de Tobe!* (ここがロドスだ、ここで跳べ!). Album ini dijual ke dalam 4 jenis, yakni *limited edition* tipe A (2 CD+DVD) yang dijual seharga ¥ 3.500, *regular edition* tipe A (2 CD) yang dijual seharga ¥ 3.500, *regular edition* tipe B (2 CD) yang dijual seharga ¥ 3.500, dan *theater edition* (1 CD) yang dijual seharga ¥ 2.200. Khusus untuk album jenis *limited edition*, terdapat sebuah DVD video klip beberapa lagu AKB48. Album ini dianugerahi sertifikasi *Platinum* oleh RIAJ pada bulan di tahun yang sama karena telah berhasil terjual sebanyak 780.591 kopi (RIAJ Official Website, <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>).

*Single* ke-40 AKB48 berjudul *Bokutachi wa Tatakawanai* (僕たちは戦わない) yang dirilis pada 20 Mei 2015 menjadi *single* terlaris di Jepang pada tahun 2015 (Peringkat Tangga Lagu Tahunan Oricon tahun 2015 <https://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2015/>). Dalam penjualannya, *single* ini dibedakan menjadi 9 jenis, yaitu *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe C, *regular edition* tipe C, *limited edition* tipe D, *regular edition* tipe D, dan *theater edition* di mana hanya *theater edition* yang dijual seharga ¥ 952, sementara yang lainnya dijual seharga ¥ 1524. *Single* ini mampu mengalahkan *single* ke-36 milik mereka sendiri,

*Retriever*, dalam hal total penjualan di hari pertama di mana *single* ini terjual sebanyak 1.472.375 kopi. *Single* ini juga menjadi *single* terlaris pada di minggu pertama seantero Jepang dengan total 1.673.211 kopi sehingga



berhasil menjadi peringkat pertama pada tangga lagu Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 1 Juni 2015, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2015-06-01/>).

Selama periode Juni-Agustus 2015, terdapat 8 member yang *graduate* dari AKB48. Mereka adalah Tsuchiyasu Mizuki dari tim 4 dan Maeda Mitsuki dari tim 4 yang sama-sama *graduate* pada 24 Juni, Matsui Sakiko dari tim A pada 26 Juni, Hashimoto Hikari dari tim B pada 7 Juli, Kawaei Rina dari tim A pada 4 Agustus, Kobayashi Marina dari tim 4 pada 5 Agustus, Kuramochi Asuka dari tim B pada 17 Agustus, dan Uchida Mayumi dari tim B pada 22 Agustus.

Sekuel dari *Majisuka Gakuen 4*, yakni *Majisuka Gakuen 5* (マジすか学園 5) mulai tayang pada 24 Agustus-27 Oktober 2015 setiap hari Senin dengan jumlah 12 episode. *Dorama* ini menceritakan kelanjutan dari prekuelnya, tapi sedikit berbeda karena juga melibatkan berbagai pihak, seperti Yakuza, mafia, dan polisi. *Dorama* ini hanya 2 episode yang ditayangkan di televisi melalui stasiun televisi Nippon TV, selebihnya ditayangkan melalui situs penyiaran langsung *Hulu* yang hanya tersedia di Jepang dan Amerika Serikat dikarenakan pada *dorama* ini banyak menampilkan adegan kekerasan yang tidak boleh ditayangkan di televisi.

Album ke-7 AKB48 yang berjudul *0 to 1 no Aida* (0 と 1 の間) rilis pada 18 November 2015. CD album ini dijual ke dalam 4 jenis, antara lain *no. 1 singles edition* tipe A (2 CD) seharga ¥ 3.500, *million singles edition* tipe B (2 CD) seharga ¥ 3.500, *complete singles edition* (3 CD+1 DVD) seharga ¥ 5.800, dan *theater edition* (2 CD) seharga ¥ 2.500. Album ini mampu terjual sebanyak 625.756 kopi



pada hari pertama penjualan. Album ini menandai 10 tahun karier AKB48 sejak dibentuk pada tahun 2005 lalu. Selain itu, album ini juga dianugerahi sertifikasi *Triple Platinum* oleh RIAJ pada bulan dan tahun yang sama pula (RIAJ Official Website, <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>).

Tahun 2016 menjadi tahun di mana hampir setiap bulan terdapat setidaknya 1 member AKB48 yang *graduate*. Pada bulan Februari, Uchiyama Natsuki dari tim B dan Takajo Aki dari tim K *graduate* masing-masing pada tanggal 21 dan 23 bulan ini. Pada bulan Maret, giliran Iwata Karen dari tim A, Nagao Mariya dari tim K, dan Kobayashi Kana dari tim B yang *graduate* masing-masing pada tanggal 15, 19, dan 31 bulan ini. Pada 8 April menjadi giliran Takahashi Minami dari tim A di mana tepat di hari *graduation*-nya tersebut, dia menggelar penampilan spesial di teater AKB48, Fujimura Natsuki dan Iwasaki Moeka yang keduanya berasal dari tim 8 juga *graduate* pada bulan ini (Fujimura Natsuki kemudian digantikan oleh Utada Hatsuka sebagai perwakilan dari Prefektur Aichi dan Iwasaki Moeka digantikan oleh Terada Misaki sebagai perwakilan dari Prefektur Nagasaki). Bulan Mei juga tidak luput dari member yang *graduate*, seperti Yamamoto Ai dari tim 8 pada tanggal 1 Mei (kemudian digantikan oleh Noda Hinano sebagai perwakilan dari Prefektur Mie), Ishida Haruka dari tim K pada tanggal 17 Mei, dan Iwasa Misaki dari tim B pada tanggal 21 Mei. Pada bulan Agustus, Hirata Rina dari tim A *graduate* pada tanggal 24 Agustus dan Maeda Ami dari tim A *graduate* pada tanggal 29 Agustus. Pada bulan Oktober juga 2 member dari tim 8 *graduate*, yakni

na (kemudian digantikan oleh Hirano Hikaru sebagai perwakilan dari Ishikawa) dan Kondo Moeri (kemudian digantikan oleh Takahashi



Sayaka sebagai perwakilan dari Prefektur Nagano) di mana mereka berdua sama-sama *graduate* pada tanggal 8 Oktober. Pada tanggal 22 dan 26 Desember, 2 member dari tim A *graduate*, yakni Ogasawara Mayu dan Shimazaki Haruka. Khusus Shimazaki Haruka, dia melakukan penampilan spesial di teater AKB48 pada hari *graduation*-nya.

*Single* ke-43 AKB48 yang berjudul *Kimi wa Melody* (君はメロディー) rilis pada 9 Maret 2016. *Single* ini dijual menjadi 11 jenis, antara lain *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe C, *regular edition* tipe C, *limited edition* tipe D, *regular edition* tipe D, *limited edition* tipe E, *regular edition* tipe E dan *theater edition*. Untuk *limited edition* dan *regular edition* semua tipe dijual dengan harga ¥ 1.524 dan untuk *theater edition* dijual seharga ¥ 952. *Single* ini spesial karena pada *single* ini, member AKB48 yang masih aktif berkolaborasi dengan 4 member AKB48 yang telah *graduate*, seperti Maeda Atsuko, Oshima Yuko, Shinoda Mariko, dan Itano Tomomi. Hal ini merupakan yang pertama kali dilakukan oleh AKB48. Alhasil, penjualan *single* ini meningkat jika dibandingkan dengan *single* sebelumnya (*single* ke-42), *Kuchibiru ni Be My Baby*, yang tidak menembus angka 1 juta pada minggu pertama penjualan. *Single* ini mampu terjual sebanyak 1.237.891 kopi pada minggu pertama penjualan sehingga menjadikan AKB48 berada pada posisi teratas tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 21 Maret 2016 <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2016-03-21/>).

beberapa bulan kemudian, tepatnya pada 1 Juni 2016, AKB48 merilis *single* mereka yang berjudul *Tsubasa wa Iranai* (翼はいらない) yang merupakan



*single* terlaris di Jepang pada tahun 2016 (Peringkat Tanggal Lagu Tahunan Oricon tahun 2016, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2016/>). Dalam penjualannya, jenis *single* ini tidak sebanyak *single* sebelumnya, *Kimi wa Melody*, *single* ini hanya bedakan menjadi 7 jenis, antara lain *limited edition* tipe A, *regular edition* tipe A, *limited edition* tipe B, *regular edition* tipe B, *limited edition* tipe C, *regular edition* tipe C, dan *theater edition*. Selain *theater edition* yang hanya dijual seharga ¥ 952, semua jenis *single* dijual dengan harga ¥ 1.524. *Single* ini mampu terjual sebanyak 1.331.907 kopi di hari pertama penjualan hingga menempati posisi teratas pada tangga lagu mingguan Oricon dengan total penjualan sebanyak 1.440.711 kopi di minggu pertama penjualan (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 13 Juni 2016, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2016-06-13/>).

*Janken Taikai* kembali digelar untuk yang ke-7 kalinya pada 10 Oktober 2016 bertempat di Kobe World Kinen Hall atau yang biasa juga disebut World Hall (ワールド記念ホール/*Wārudo Kinen Hōru*). Turnamen kali ini diikuti sebanyak 97 member dengan rincian: 74 member AKB48; 7 member SKE48; 7 member NMB48; 6 member HKT48; 2 member NGT48; 1 member JKT48. Peringkat 1-7 pada turnamen ini akan dibentukkan sebuah *unit song*, dan peringkat 8-14 akan mendampingi *unit song* tersebut. Tanabe Miku dari tim B AKB48 berhasil menjadi pemenang pada turnamen kali ini.

Pada 29 Oktober 2016, *dorama* baru yang dimainkan oleh semua member mulai tayang di stasiun televisi Nippon TV. *Dorama* yang berjudul *Majisuka Gakuen* (キャバすか学園) ini merupakan sekuel dari *dorama* sebelumnya, *Majisuka Gakuen 5*. Berbeda dengan preku-el-preku-elnya yang di



setiap episodenya menampilkan adengan kekerasan dan perkelahian, *dorama* kali ini berbeda 180° dengan menampilkan sisi keanggunan mereka. *Dorama* ini bercerita tentang sekolah mereka yang berada di ambang kebangkrutan oleh karena itu mereka bekerjasama untuk membuat sebuah klub kabaret yang bernama “Suizokukan” (水族館/Akuarium) di mana mereka menjadi penyambut pelanggan pada klub cabaret tersebut.

Pada pertengahan Januari 2017, AKB48 menggelar sebuah konser selama 2 hari berturut-turut, yaitu pada tanggal 21-22 Januari 2017 di Tokyo Dome City Hall. Pada hari yang sama pada konser hari ke-2, Yoshino Miyu dari tim 8 *graduate* (kemudian digantikan oleh Yamada Kyoka sebagai perwakilan dari Prefektur Oita)—setelah bergabung ke AKB48 sejak tahun 2014. Pada bulan ini juga, yakni pada tanggal 25 Januari 2017, AKB48 kembali merilis album yang menjadi album ke-8 mereka dengan judul *Thumbnail* (サムネイル). Album ini dijual ke dalam 3 tipe, yaitu tipe A berisikan sebuah CD dan DVD yang dijual seharga ¥3.241, tipe B hanya berisikan sebuah CD yang dijual seharga ¥ 2.222, dan *theater edition* berisikan sebuah CD yang dijual seharga ¥ 1.852. Pada sebuah lagu di album ini yang berjudul *Get You!*, AKB48 menggandeng *aidoru* lain, yakni Morning Musume untuk berkolaborasi bersama. Album ini dianugerahi sertifikasi *Triple Platinum* oleh RIAJ karena telah berhasil terjual sebanyak lebih dari 750 ribu kopi (RIAJ Official Website, <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>).



ada 21-22 Februari 2017 diadakan sebuah konser *graduation* (感謝祭/*shukankai*) untuk perpisahan Kojima Haruna yang *graduate* setelah bergabung

dengan AKB48 sejak awal AKB48 terbentuk—selama 13 tahun lamanya. Konser ini diadakan di Yoyogi National Stadium First Gymnasium.

Pada tahun 2017, banyak member AKB48 yang memutuskan *graduate*. Mereka adalah Owada Nana dari tim A pada 18 Maret, Agisa Moe dari tim K pada 21 Maret, Umeta Ayano dari tim B pada 22 Maret, Nishino Miki dari tim 4 pada 27 Maret, Nakamura Mariko dari tim A pada 31 Maret, Kojima Haruna dari tim A pada 19 April, Nakata Chisato dari tim K pada 24 April, Fukuchi Rena dari tim 8 pada 13 Mei (kemudian digantikan oleh Kawahara Misaki sebagai perwakilan dari Prefektur Saga), Yokoshima Aeri dari tim B pada 5 Juni, Oshima Ryoka dari tim B pada 8 Juni, Suzuki Mariya dari tim K pada 10 Juni, Tani Yuri dan Hamamatsu Riona yang keduanya berasal dari tim 8 dan *graduate* pada 24 Juni (masing-masing kemudian digantikan oleh Okumoto Hinano sebagai perwakilan dari Prefektur Hiroshima dan Harumoto Yuki sebagai perwakilan dari Prefektur Tokushima), Abe Mei dari tim 8 pada 20 Agustus (kemudian digantikan oleh Okuhara Hinako sebagai perwakilan dari Prefektur Shimane), Kizaki Yuria dari tim B pada 30 September, Shimada Haruka dari tim K pada 13 November, dan Watanabe Mayu dari tim B pada 26 Desember.

Pada 31 Mei 2017, AKB48 merilis *single* ke-48 yang berjudul *Negaigoto no Mochigusare* (願いごとの持ち腐れ) yang menjadi yang terlaris di Jepang pada tahun 2017 versi Oricon (Peringkat Tangga Lagu Tahunan Oricon tahun 2017,

[www.oricon.co.jp/rank/js/y/2017/](http://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2017/)). *Single* ini dibedakan menjadi 3 jenis, *limited edition*, *regular edition*, dan *theater edition* di mana *limited edition* dan *theater edition* kembali dibedakan menjadi 3 tipe, yakni tipe A, tipe B, dan tipe



C, yang semuanya dijual seharga ¥ 1.524, kecuali *theater edition* yang dijual seharga ¥ 952. *Single* ini mampu terjual sebanyak 1.305.747 kopi di minggu pertama penjualan sehingga menjadikan AKB48 menduduki puncak pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 12 Juni 2017, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2017-06-12/>). *Single* ini dianugerahi sertifikasi *Double Million* oleh RIAJ karena total penjualan *single* ini telah melampaui 2 juta kopi.<sup>26</sup>

Pada 29 November 2017, pada sebuah acara penghargaan musik di Korea yang bernama “Mnet Asian Music Awards” (MAMA)<sup>27</sup>, diumumkan bahwa akan dibentuknya sebuah acara pencarian bakat, Produce 48, yang merupakan kolaborasi antara AKB48 dengan sebuah acara ajang pencarian bakat menyanyi, Produce 101, yang ditayangkan oleh stasiun televisi Mnet. Program ini tayang pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 AKB48 juga ditinggalkan oleh beberapa memernya yang *graduate*. Mereka adalah Iino Miyabi dari tim 4 pada 22 Januari, Mogi Kasumi dari tim 8 pada 17 Februari (kemudian digantikan oleh Ito Kirara sebagai perwakilan dari Prefektur Fukushima), Hirose Natsuki dari tim 8 pada 4 Maret (kemudian digantikan oleh Rissen Airi sebagai perwakilan dari Prefektur Kochi), Hayasaka Tsumugi dari tim 8 pada 29 April (kemudian digantikan oleh Mitomo Mashiro sebagai perwakilan dari Prefektur Yamagata), Tano Yūka dari tim K pada 15 Mei, Yaguchi Moka dari tim 8 pada 4 November (belum ada pengganti sebagai



arbook 2018  
cara penghargaan musik di Korea Selatan yang disiarkan oleh stasiun televisi Mnet setiap  
melibatkan partisipasi dari beberapa aktor dan penyanyi yang terkenal, baik itu dari  
tan maupun dari luar Korea Selatan.

perwakilan dari Prefektur Miyazaki), dan Okawa Rio dari tim 4 pada 3 Desember. Selain itu, terdapat pula beberapa member yang telah mengumumkan *graduation*-nya, tapi tetap berstatus sebagai member AKB48 hingga hari *graduation*-nya, seperti Takeuchi Miyu dari tim B yang telah mengumumkan *graduation*-nya pada 4 September 2018 dan Nozawa Rena dari tim K pada 13 November 2018.

AKB48 merilis album mereka yang-9 dengan judul *Bokutachi wa, Ano Hi no Yoake wo Shitteiru* (僕たちは、あの日の夜明けを知っている) pada 24 Januari 2018. Di hari pertama penjualan, album ini berhasil terjual sebanyak 576.123 kopi. Album ini bedakan menjadi 3 jenis, yakni tipe A yang berisikan sebuah CD dan DVD dijual seharga ¥ 3.241, tipe B yang berisikan sebuah CD dijual seharga ¥ 2.593, dan *theater edition* yang bersikan sebuah CD dijual seharga ¥ 1.852. Album ini dianugerahi *Double Platinum* setelah berhasil terjual sebanyak 611.056 kopi (RIAJ Official Website, <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>).

*Single* ke-52 AKB48 berjudul *Teacher Teacher* yang dirilis pada 30 Mei 2018 merupakan *single* terlaris pada tahun 2018 versi Oricon (Peringkat Tangga Lagu Tahunan Oricon tahun 2018, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2018/>). Sama seperti *single* sebelumnya, *single* ini juga dibedakan menjadi 3 jenis, yakni *limited edition*, *regular edition*, dan *theater edition* di mana *limited edition* dan *regular edition* kembali dibedakan menjadi 5 tipe, yakni tipe I, tipe II, tipe III, tipe IV, dan tipe V yang semuanya dijual seharga ¥ 1.524, kecuali *theater edition* yang dijual

¥ 952. *Single* ini menjadi *single* AKB48 terlaris di hari pertama penjualan menyentuh angka 1.591.164 kopi, mengalahkan *single* ke-40 yang berjudul *Watashi wa Tatakawanai*. Untuk minggu pertama penjualan, *single* ini mampu



terjual sebanyak 1.661.038 kopi sehingga AKB48 berhasil menjadi yang teratas pada tangga lagu mingguan Oricon (Peringkat Tangga Lagu Mingguan Oricon tanggal 11 Juni 2018, <https://www.oricon.co.jp/rank/js/w/2018-06-11/>).

Setelah diumumkan pada bulan November 2017, Produce 48 mulai tayang pada 15 Juni 2018 dan ditayangkan di stasiun televisi Korea Selatan, Mnet. Produce 48 adalah sebuah program acara ajang pencarian bakat menyanyi yang merupakan musim ke-3 dari seri Produce 101, sebuah acara ajang pencarian bakat menyanyi asal Korea Selatan. Nantinya, akan dipilih sebanyak 12 dari 96 peserta untuk dibentuk sebuah grup menyanyi wanita (*girlband*). Peserta berasal dari Korea Selatan yang berasal dari beberapa agensi ternama di Korea Selatan dan Jepang yang berasal dari AKB48, SKE48, NMB48, HKT48, dan NGT48. AKB48 dan *sister group*-nya mengirimkan total sebanyak 39 membernya pada kompetisi ini. Pemenang dari kompetisi ini ditentukan oleh penonton dengan cara memberikan dukungan melalui pemungutan suara yang dilakukan di situs web resmi Produce 48. Ke-12 pemenang kompetisi ini adalah Jang Won-young (Starship Entertainment), Miyawaki Sakura (HKT48), Jo Yu-ri (Stone Music Entertainment), Choi Ye-na (Yuehua Entertainment), Ahn Yu-jin (Starship Entertainment), Yabuki Nako (HKT48), Kwon Eun-bi (Woolim Entertainment), Kang Hye-won (8D Creative), Honda Hitomi (AKB48), Kim Chae-won (Woolim Entertainment), Kim Min-joo (Urban Works Media), dan Lee Chae-yeon (WM Entertainment). Para pemenang tersebut kemudian membentuk sebuah grup dengan nama “IZ\*ONE” dengan selama 2 setengah tahun. Acara ini tayang mulai dari 15 Juni-31 Agustus di stasiun televisi Mnet. Miyawaki Sakura, Yabuki Nako, dan Honda Hitomi



tidak aktif untuk sementara waktu (hiatus) sebagai member di tim mereka masing-masing di HKT48 dan AKB48 dikarenakan sedang aktif sebagai member IZ\*ONE.

AKB48 kembali menerima penghargaan dari RIAJ berupa sertifikasi *Triple Million* pada bulan Juni 2018 untuk *single* ke-52 mereka dengan judul *Teacher Teacher* yang berhasil terjual sebanyak lebih dari 3 juta kopi (RIAJ Official Website, <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>). Hal ini merupakan sebuah rekor di mana AKB48 merupakan grup pertama yang mampu menorehkan pencapaian seperti ini.

### 2.3 Struktur dan Sistem AKB48

Di Jepang terdapat sebuah perusahaan manajemen keartisan yang paling bertanggung jawab atas semua produksi, promosi, dan distribusi sebuah produk yang biasa kita sebut sebagai “budaya pop”, yang dikenal dengan *jimusho* (事務所 /secara harfiah berarti kantor). *Jimusho* menggunakan pengaruh kuat yang dimilikinya di semua bidang yang membutuhkan jasa keartisan, seperti acara televisi (drama dan hiburan), iklan, musik, dunia permodelan, film, dan sebagainya untuk mempromosikan artis yang berada di bawah naungannya (Marx 2012, 38).

Seperti yang telah saya bahas pada bab sebelumnya bahwa *jimusho* juga bisa disebut dengan agensi, tetapi kenyataannya tidak seperti itu. Hal ini dikarenakan para artislah yang “menyewa” *jimusho* untuk mengatur semua hal yang dibutuhkan oleh artis tersebut atau secara sederhana para artis adalah “boneka”

*usho* yang akan tunduk pada aturan-aturan yang dibuat oleh *jimusho*. Hal

la dengan di Amerika Serikat di mana para artislah yang memegang kuasa



penuh atas agensi mereka sehingga mereka dapat mengganti atau memecat agensi mereka setiap saat.

Marx (2012, 38-39) juga menuliskan bahwa peran *jimusho* dalam mengelola karier dan jadwal artis tidaklah sederhana karena *jimusho* juga turut “merencanakan” dan menjaga citra artisnya, seperti kepribadian, gaya, bahkan tata krama mereka. Selain itu, *jimusho* juga bertugas melatih artisnya (seperti menyanyi, menari, dan keterampilan lainnya), menjadwalkan kegiatan sehari-hari artisnya, melakukan negosiasi kontrak dengan label rekaman dan media lain, mengelola klub penggemar artisnya, bekerjasama dengan pihak stasiun televisi untuk penampilan artisnya di televisi, hingga mengoordinasikan konser/penampilan artisnya. Beberapa *jimusho* juga bekerjasama dengan beberapa pihak yang memiliki bidang yang sama dengan artisnya, misalnya *jimusho* akan bekerjasama dengan pihak label rekaman untuk membiayai dan memproduksi rekaman lagu dari penyanyinya. Hal ini berarti *jimusho* juga akan mendapatkan keuntungan dari penjualan CD lagu tersebut.

Sebagai pihak yang mengontrak artis, *jimusho* tentu saja membayar para artis tersebut setiap bulannya. Biasanya, *jimusho* akan membayar gaji “karyawannya” tersebut dengan kisaran angka terendah adalah ¥ 200.000–jumlahnya dapat bertambah dengan negosiasi setiap tahunnya. Sebagai imbasnya, semua penghasilan yang diterima oleh artis tersebut melalui penampilannya di

royalti atas hak cipta, penerbitan, dan pendapatan lainnya akan langsung ke kas *jimusho* (Marx 2012, 47). Hal ini dilakukan *jimusho* mengingat biaya untuk “membuat” seorang pesohor yang ideal dengan memberikan



bakat baru, seperti menyanyi, akting, menari, sopan santun, berbicara di depan umum, dan keterampilan lain yang diperlukan sebagai seorang selebritas. Selain itu, *jimusho* bahkan mengubah penampilan artis tersebut (melakukan operasi plastik bila perlu) hingga menyediakan pakaian dan kosmetik yang dapat menunjang penampilan artis tersebut. Oleh karena itu, bisnis yang berisiko tinggi tinggi ini mengharuskan semua biaya yang diperoleh oleh sang artis mengalir langsung ke kantong *jimusho*.

Mengutip dari Marx (2012, 38-39) bahwa terdapat beberapa karakteristik dari *jimusho* di Jepang. Yang pertama, beberapa *jimusho* adalah perusahaan yang relatif kecil dengan sumber daya modal dan manusia yang tidak banyak. Kedua, merupakan perusahaan swasta. Tanpa diperdagangkan secara publik dalam bursa saham, sebagian besar perusahaan tidak memiliki dorongan hukum untuk mengungkapkan informasi mengenai pendapatan sehingga sulit untuk mengetahui secara spesifik mengenai transaksi keuangan mereka (untung/rugi). Ketiga, dengan sedikitnya biaya yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia yang diakibatkan jumlah sumber daya manusia yang sedikit, maka jumlah *jimusho* sangat banyak di Jepang. Bahkan untuk di Tokyo sendiri saja, diperkirakan terdapat sebanyak lebih dari 1.600 *jimusho*.

Dengan banyaknya jumlah *jimusho* tersebut, terlihat biasa saja dalam dunia hiburan yang memiliki tingkat persaingan dan keberagaman yang tinggi. Walaupun

independen, tetapi pada kenyataannya para *jimusho* tersebut melakukan “persekongkolan rahasia” yang terorganisir secara hierarkis yang disebut



dengan *keiretsu* (系列)<sup>28</sup>. *Keiretsu* adalah kunci untuk memahami cara kerja *jimusho*. Beberapa *jimusho* yang berada di Jepang hanyalah merupakan anak perusahaann dari sebuah induk perusahaan dan induk perusahaan tersebut tidak hanya memiliki satu anak perusahaan, tapi banyak dan tersebar di seluruh Jepang. Inilah yang oleh Marx (2012, 39) sebutkan bahwa beberapa *jimusho* yang tampak bersifat independen dari luar, tetapi ternyata mereka saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dikarenakan memiliki induk perusahaan yang sama. Para *jimusho* kecil tersebut tentu saja mendapatkan “perlindungan” dan “akses” melalui kekuatan dan pengaruh yang dimiliki oleh induk perusahaannya.

AKB48 sebagai sebuah grup *aidoru* tentu saja menganut sistem yang sama dengan artis lainnya di Jepang. Saat ini AKB48 berada di bawah naungan sebuah *jimusho* yang bernama AKS (Nama resmi: 株式会社 AKS/*Kabushiki-gaisha* AKS)<sup>29</sup>. Selain AKB48, AKS juga menaungi *sister group* AKB48 lainnya, seperti SKE48<sup>30</sup> dan HKT48<sup>31</sup>.

AKS yang menaungi AKB48 tentu saja telah melakukan kerja sama dengan beberapa pihak guna mengorbitkan nama AKB48. Beberapa klien utama dari AKS adalah:

- a. Dentsu Inc. (株式会社電通/*Kabushiki-gaisha Dentsū*), merupakan sebuah perusahaan periklanan Jepang yang memiliki kantor pusat di Tokyo. Dentsu



---

arfiah dapat berarti seri pengelompokan perusahaan atau kongsi dagang yang terdiri dari ompok perusahaan yang berhubungan bisnis dan kepemilikan saham yang saling terkait. Corporate Profile <https://www.akb48.co.jp/company/>, diakses pada 25 Februari 2019.  
Official Ameblo Account <https://ameblo.jp/akihabara48/entry-11064886938.html>, la 25 Februari 2019.  
Corporate Profile <http://www.hkt48.jp/company/>, diakses pada 25 Februari 2019.

bertugas untuk mempromosikan dan mengiklankan AKB48 melalui media-media.

- b. Excite Japan Co., Ltd. (エキサイト株式会社/*Ekisaito Kabushiki-gaisha*), merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi informasi. Excite Japan merupakan pihak yang bertanggungjawab dalam mengurus situs web dan blog resmi AKB48.
- c. King Record Co., Ltd., (キングレコード株式会社/*Kingu Rekōdo Kabushiki-gaisha*) merupakan salah satu perusahaan rekaman Jepang yang berkantor pusat di Tokyo. Melalui sublabelnya, You! Be Cool, merupakan label rekaman resmi AKB48 yang berarti merupakan pihak yang bertanggung jawab dalam hal mengelola rekaman suara (lagu) dan penjualannya, termasuk juga mengurus hal promosi dan perlindungan hak cipta dari lagu AKB48.
- d. Kodansha Ltd. (株式会社講談社/*Kabushiki-gaisha Kōdansha*), Kobunsha Co., Ltd., (株式会社光文社/*Kabushiki-gaisha Kōbunsha*), dan Shueisha Inc. (株式会社集英社/*Kabushiki-gaisha Shūeisha*). Ketiganya merupakan perusahaan penerbitan di Jepang yang bertanggung jawab dalam menerbitkan majalah, tabloid, *shashinshū*, dan berbagai hal lainnya yang berhubungan dengan penerbitan AKB48.
- e. DMM.com Ltd. (株式会社 DMM.com/*Kabushiki-gaisha DMM.com*), merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan elektronik dan internet yang meliputi layanan belanja daring dan *video on demand*. DMM.com



merupakan pihak yang mengurus layanan *video on demand* pertunjukan teater AKB48.<sup>32</sup>

Sebagaimana yang telah saya bahas pada bab sebelumnya, bahwa AKB48 memiliki member yang sangat banyak, yakni 123 orang. Member-member tersebut dibedakan menjadi 5 tim, yakni tim A, tim K, tim B, tim 4, dan tim 8 di mana masing-masing tim memiliki seorang kapten. Okabe Rin pada tim A, Komiyama Haruka pada tim K, Takahashi Juri pada tim B, dan Murayama Yui pada tim 4. Khusus untuk tim 8 tidak memiliki kapten tim. Tim 8 memiliki konsep yang agak berbeda dari tim lainnya di AKB48. Selain dikarenakan memiliki jumlah member yang pasti (46 orang) yang diwakili oleh member dari masing-masing prefektur di Jepang, tim 8 juga memiliki sponsor tersendiri, yakni Toyota. Tim ini juga memiliki situs web tersendiri yang berbeda dengan situs web resmi AKB48.<sup>33</sup> Perbedaan yang paling mencolok adalah konsep *ai ni iku aidoru* (会いに行くアイドル/idola yang pergi menemuimu) yang dianut oleh tim 8. Hal ini berbeda 180° dengan tim lainnya yang memiliki konsep para penggemarlah yang datang menemui idolanya.

Selain itu, masing-masing tim juga memiliki warna ciri khas tersendiri yang menjadi warna dominan pada *seifuku* (制服)<sup>34</sup>. Tim A dengan warna merah muda, tim K dengan warna hijau, tim B dengan warna biru, tim 4 dengan warna kuning, dan tim 8 dengan warna biru gelap.



Corporate Profile, *Op.Cit*  
Official Website <https://toyota-team8.jp/>, diakses pada 25 Februari 2019.  
yang digunakan setiap kali melakukan pertunjukan

## 2.4 Komodifikasi dalam Industri Budaya

Sampai sekarang, sebagian besar masyarakat masih sering kali memakai arti kebudayaan hanya terbatas pada sesuatu yang indah-indah saja, seperti seni rupa, sastra, tari, seni suara, candi, dan filsafat. Ralph Linton, seorang antropolog memiliki pandangan lain mengenai kebudayaan. Beliau berpendapat bahwa:

“Kebudayaan adalah seluruh cara kehidupan dari masyarakat yang mana pun dan tidak mengenai sebagian dari cara hidup itu yaitu bagian yang oleh masyarakat dianggap lebih tinggi atau lebih diinginkan. Dalam arti cara hidup itu masyarakat kalau kebudayaan diterapkan pada cara hidup kita sendiri, maka tidak ada sangkut pautnya dengan main piano atau membaca karya sastra terkenal. Untuk seorang ahli ilmu sosial, kegiatan seperti main piano itu, merupakan elemen-elemen belaka dalam keseluruhan kebudayaan kita. Keseluruhan ini mencakup kegiatan-kegiatan duniawi seperti mencuci piring atau menyetir mobil dan untuk tujuan mempelajari kebudayaan, hal ini sama derajatnya dengan ‘hal-hal yang lebih halus dalam kehidupan’. Karena itu, bagi seorang ahli ilmu sosial tidak ada masyarakat atau perorangan yang tidak berkebudayaan. Tiap masyarakat mempunyai kebudayaan, bagaimanapun sederhananya kebudayaan itu dan setiap manusia adalah makhluk berbudaya, dalam arti mengambil bagian dalam suatu kebudayaan.” (dalam Ihromi 2006, 18).

Jadi, kebudayaan merujuk pada berbagai aspek kehidupan. Kebudayaan meliputi cara-cara berlaku, kepercayaan-kepercayaan dan sikap-sikap dan juga hasil dari kegiatan manusia yang khas untuk suatu masyarakat atau kelompok penduduk tertentu.

Selain itu, Bapak Antropologi Indonesia, Koentjaraningrat, memiliki pendapat yang sama bahwa:

“Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan belajar.” (Koentjaraningrat 1990, 180).

Jadi, menurut Koentjaraningrat, kebudayaan mempunyai paling sedikit tiga pertama, sebagai suatu kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, dan sebagainya; *kedua*, sebagai suatu kompleks aktivitas serta



tindakan berpola dari manusia dalam sebuah komunitas masyarakat; *ketiga*, benda-benda hasil karya manusia. Hal tersebut berarti bahwa hampir seluruh tindakan manusia adalah kebudayaan karena hanya sedikit tindakan manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang tak perlu dibiasakan dengan belajar, seperti tindakan refleks, naluri, beberapa tindakan akibat proses fisiologi, atau kelakuan apabila manusia sedang membabi buta. Bahkan tindakan manusia yang merupakan kemampuan naluri yang terbawa oleh manusia dalam gennya bersamanya (seperti makan, minum, atau berjalan), juga dirombak olehnya menjadi tindakan yang berkebudayaan.

Lebih lanjut lagi, “budaya” dalam *cultural studies* lebih didefinisikan secara politis ketimbang secara estetis. Objek kajian dalam *cultural studies* bukanlah budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sempit, yaitu sebagai objek keadiluhungan estetis (‘seni tinggi’); juga bukan budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sama-sama sempit, yaitu sebagai sebuah proses perkembangan estetis, intelektual, dan spiritual; melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari. Inilah definisi yang bisa mencakup dua definisi sebelumnya; selain itu, dan ini sangat penting, melibatkan kajian budaya pop bisa bergerak melampaui eksklusivitas sosial dan sempitnya definisi budaya ini. Walaupun *cultural studies* tidak bisa (dan seharusnya tidak) direduksi menjadi kajian budaya pop, tak dapat disangkal bahwa kajian budaya pop bersifat sentral bagi proyek *cultural studies* (Storey 2006, 2-3).

Lebih jelas lagi, Raymond Williams (dalam Barker 2000) mendefinisikan budaya sebagai berikut.



- a. Sebuah proses umum dari intelektual, spiritual, dan perkembangan estetika
- b. Cara hidup yang khusus baik dari seseorang manusia, suatu periode, atau pun suatu kelompok
- c. Mengacu kepada karya-karya atau praktik-praktik intelektual dan khususnya kegiatan-kegiatan yang bersifat seni.

Menurut Raymond Williams, budaya mengacu kepada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetika. Hal ini mengacu pada perkembangan kebudayaan Eropa (Barat) yang menonjolkan faktor kreativitas para pemikir, filsuf, seniman, dan tokoh-tokoh besar lainnya. Budaya merujuk pada karya dan praktik intelektual, terutama aktivitas artistik.

Budaya juga bisa berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu. Dalam definisi ini, budaya tidak lagi terbatas pada faktor intelektual dan estesisnya saja, tetapi mencakup juga perkembangan dinamika kemasyarakatan lainnya seperti hiburan, olahraga, dan sebagainya yang lebih bersifat profan.

*Cultural studies* juga menganggap budaya bersifat politis dalam pengertian yang sangat spesifik, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan. *Cultural studies* dilihat sebagai situs penting bagi produksi dan reproduksi hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Hall berpendapat bahwa:

“Budaya pop sebagai sebuah arena *consensus* dan resistensi. Budaya pop merupakan tempat di mana hegemoni berlangsung. Ia bukan ranah di mana sosialisme, sebuah kultur sosialis –yang telah dibentuk sepenuhnya– dapat sungguh-sungguh ‘diperlihatkan’. Namun, ia adalah salah satu tempat di mana sosialisme boleh jadi diberi legalitas. Itulah mengapa ‘budaya pop’ menjadi sesuatu yang penting.” (dalam Storey 2006, 3).



Kebudayaan merupakan gugus makna dan representasi yang tercipta melalui proses produksi makna yang disebut *signifying practice* (praktik-praktik penandaan) (Barker 2014). Berdasarkan pemikiran-pemikiran di atas, maka kecantikan dapat dipandang sebagai budaya karena kecantikan ialah suatu konsep yang dibentuk, dikonstruksikan sedemikian rupa, dan disebarakan melalui praktik penandaan yang dapat ditemui dalam keseharian.

Dalam *Dialectic of Enlightenment*, Adorno dan Horkheimer menegaskan bahwa manusia telah memasuki masa industrialisasi budaya, di mana manusia telah lebih mementingkan nilai jual dibandingkan kebebasan berekspresi dan refleksi sebagai bentuk kesadaran kritis manusia. Industri budaya ini menyebabkan terjadinya perubahan karakter dalam seni yang tidak lagi dipandang sebagai *high culture*, melainkan sebagai *low culture* karena nilai artistik direduksi menjadi nilai komersial. Bagi Adorno dan Horkheimer, kehadiran media massa, seperti televisi, film, dan majalah memiliki peranan penting dalam perkembangan industri budaya (Adorno 2002, 94). Hal ini dikarenakan para industriawan yang bekerja maupun memiliki hubungan dengan media massa telah memanipulasi budaya. Budaya telah mengalami komodifikasi dan industrialisasi. Selanjutnya, media massa melakukan penyeragaman dan standarisasi atas selera masyarakat. Seolah tidak ada lagi alternatif, dari bangun tidur sampai tidur lagi selera dan kebutuhan masyarakat telah ditentukan sesuai apa yang masyarakat telah nonton, dengar, atau baca di media massa. Hal ini mengakibatkan masyarakat, secara sadar maupun tidak sadar, telah digerakkan secara masif untuk membutuhkan produk budaya tertentu. Untuk barang tentu kebutuhan tersebut harus ditebus dengan menggunakan alat



tukar berupa “uang”. Hal inilah yang Adorno dan Horkheimer sebut sebagai *pseudo individualization* atau individualisasi palsu karena budaya adalah sesuatu yang telah direncanakan, diciptakan, lalu dikendalikan (*Ibid* 2002, 125). Individu kemudian dilekatkan pada produk budaya tertentu yang telah dikomersialkan yang akhirnya justru mengakibatkan terciptanya individu “palsu”. Individu diberi kebebasan memilih, atas pilhan-pilihan yang terkemas secara rasional. Sebuah produk konon katanya dihadirkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

Salah satu bidang yang memiliki banyak penggemar adalah musik. Hal inilah yang mendorong para industriawan maupun pemilik modal untuk terjun ke dalamnya agar mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sebagai sebuah industri, musik dibutuhkan masyarakat sebagai hiburan dalam kehidupan. Musik merupakan simfoni kehidupan yang mewarnai kehidupan sehari-hari.

