

BAB IV

SIMPULAN

Dengan berkembangnya teknologi membuat eksistensi *idol group* dapat menjangkau luar Jepang termasuk di Indonesia. *Idol group* adalah sebuah kelompok yang dibentuk dari sekumpulan laki-laki atau sekumpulan perempuan atau gabungan antara laki-laki dan perempuan yang memiliki visi untuk menjadi seorang idola yang terkenal di dunia hiburan Jepang. Fenomena berkembangnya *idol group* ini mampu menarik hati orang - orang untuk menjadi penggemarnya dari segala kalangan dan usia salah satunya adalah generasi Z. Generasi Z merupakan anak yang lahir pada tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Sehingga di 2021 ini generasi Z telah berumur 11 tahun hingga 26 tahun.

Setiap *idol group* memiliki cara masing – masing untuk mempromosikan diri mereka untuk dapat mendapatkan banyak *fans*. Konsep *Gijiteki nakama* adalah sebuah konsep yang membuat para *fans* memiliki perasaan dekat dengan *idol*-nya. Dengan konsep ini dibentuklah beberapa kegiatan *idoling* seperti *handshake*, *shamekai*, pergi nonton konser, mengoleksi *single* dan album, dan membeli semua *merchandise idol group*. Tanpa disadari, kegiatan *idoling* ini menimbulkan fanatisme sehingga membuat gaya hidup yang baru untuk *fans*-nya.

Setelah menyebarkan kuesioner yang berisikan 23 pertanyaan kepada generasi Z Indonesia dengan total 160 responden mengenai *idol group*, kegiatan *idoling* yang dilakukan, dan cara mendukung *idol* yang disukai didapatkan hasil alur fanatisme yaitu berawal dari memilih *idol group* sebagai pilihan hiburan mereka, menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas sebagai *fans idol group* seperti menonton video mengenai idol tersebut, membuat *fanart*, membuat lagu, hingga mengeluarkan uang seperti pergi ke Jepang untuk melakukan kegiatan *idoling handshake*, *shamekai*, memberikan hadiah kepada member, membeli *merchandise* demi memenuhi kepuasan mereka sebagai *fans idol group* Jepang dan juga agar sang *idol* dapat kenal dengan mengenalnya dan terjalin hubungan

perasaan dekat dengan *idol*. Serangkaian proses inilah yang membuat *fans* generasi Z Indonesia ini menjadi *fans* fanatik yang membawa mereka pada terciptanya gaya hidup baru yaitu gaya hidup yang konsumtif.

