



Fanatisme Para Penggemar Grup Idola JKT48

(Analisis Domain Etnografi James P. Spradley)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memeroleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Fanatisme Penggemar Grup Idola JKT48

(Analisis Domain Etnografi James P. Spradley)

Nama : Khoirunnisa Hidayat

NIM : 1106015034

Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan dihadapan pengaji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada
hari Sabtu, tanggal 6 Februari 2016, dan dinyatakan LULUS.

Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom
Pengaji I
Tanggal: 10 Maret 2016

Dra. Tellys Corliana, M.Hum
Pengaji II
Tanggal: 18 Maret 2016

Dr. Sri Mustika, M.Si
Pembimbing I
Tanggal: 15 Maret 2016

Windaningsih, S.Sos., M.Ikom
Pembimbing II
Tanggal: 15 Maret 2016

Mengetahui,
Dekan

Said Ramadhan, S.Sos, M.Si

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirunnisa Hidayat

NIM : 1106015034

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Fanatisme Para Penggemar JKT48

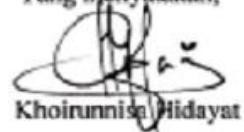
(Analisis Domain Etnografi James P. Spradley)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Maret 2016

Yang menyatakan,


Khoirunnisa Hidayat

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Identitas Gender Para Penggemar Laki-laki

Nama : Grup Idola JKT48

NIM : Khoirunnisa Hidayat

NIM : 1106015034

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Pembimbing I : Dr. Sri Mustika, M.Si.

Pembimbing II : Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal: 1/2/16

Tanggal: 5 Januari 2016

ABSTRAK

Judul	: Fanatisme Para Penggemar JKT48
	(Analisis Domain Etnografi James P. Spradley)
Nama	: Khoirunnisa Hidayat
NIM	: 1106015034
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Penyiaran
Halaman	: 90 halaman + XII + 24 gambar + 3 lampiran + 33 bibliografi

JKT48 adalah grup idola yang memiliki penggemar sangat banyak. Mayoritas penggemar adalah mereka yang tergabung dalam sebuah komunitas. Mereka tidak enggan ketika menonton JKT48 tampil, untuk ikut menari dan menyanyi bahkan terkesan sangat fanatik. Ketika menonton konser, misalnya. Bagi mereka yang berjenis kelamin laki-laki, seolah tidak peduli terhadap pembawaan laki-laki yang seharusnya gagah dan macho, namun mereka justru menari menirukan tarian JKT48. Dan tentunya penggemar perempuan yang tidak kalah fanatik ketika menonton JKT48.

Penelitian ini fokus pada konteks komunikasi kelompok, khususnya penggemar yang tergabung dalam sebuah komunitas, yang juga tercakup dalam analisis domain etnografi. Penelitian ini menggunakan teori interaksi yang dipelopori oleh George Homans. Metode penelitian ini menggunakan fenomenologi. Kemudian jenis penelitiannya deskriptif, pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme, metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Yang terakhir adalah analisis data dengan menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fanatisme yang ada pada penggemar JKT48 merupakan wujud dari komunikasi kelompok yang efektif serta interaksi yang terus terjadi antar sesama anggota, seperti kegiatan, atribut dan bahasa yang mereka gunakan merupakan faktor terpenting untuk menjaga keutuhan komunitas. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan bahasan teori semiotika Roland Barthes dan metode etnografi komunikasi agar dapat dikaji lebih dalam mengenai pola-pola komunikasi yang ada dalam penggemar JKT48.

Kata kunci: Fanatisme, Penggemar JKT48, Etnografi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah waasyukurillah tiada henti penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena mendapat kenikmatan sehat wal'afiat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa sholawat dan salam penulis sampaikan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau, kita semua dapat mengarungi zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Minazzul umatiilannur.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya penulis tidak akan dapat menyelesaikannya tanpa do'a dan dukungan dari orang-orang yang senantiasa menyemangati penulis. Maka dari itu penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Dekan FISIP UHAMKA, Said Ramadhan, S.Sos., M.Si
2. Wakil Dekan FISIP UHAMKA, sekaligus dosen pembimbing I,
Dr. Sri Mustika, M.Si.
3. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA, Dini
Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom
4. Dosen pembimbing II, Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom
5. Ayahanda tercinta, Dadang Hidayat, dan Ibunda tercinta, Umi Kulsum.
6. Para sahabat FISIP UHAMKA angkatan 2011: Kikin, Windy, Suci,
Mutia, Miranty, Maelani, Siti Sarah, dan lain-lain yang tidak dapat
penulis sebutkan satu-persatu.

7. *Best mood booster ever*, Reza Septian. Terima kasih karena senantiasa menjadi penyemangat dan menemaninya penulis selama penggerjaan skripsi ini.

PS: You know me so well. That's why i truly trust you from the Moon and back. Once again, thank you so much. ☺

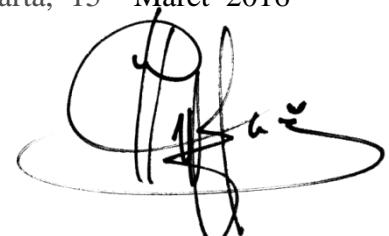
8. Keluarga besar PK IMM FISIP UHAMKA, dan PC IMM Jakarta Selatan yang selalu menjadi penyemangat terampuh saat penulis tidak bersemangat.

9. Para sahabat NC (ENSIKLOPEDI): Imas, Riska, Eja, Nuning, Tika, Elsa, Ludhiana, Risna, dan Sari, yang walaupun jarang bertemu namun tidak pernah lelah menyemangati penulis melalui *WhatsApp messenger*.

10. Para penggemar JKT48, terima kasih banyak atas informasi dan kekeluargaan yang sangat hangat dan tidak akan terlupakan.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua.

Jakarta, 15 Maret 2016



Khoirunnisa Hidayat

DAFTAR ISI

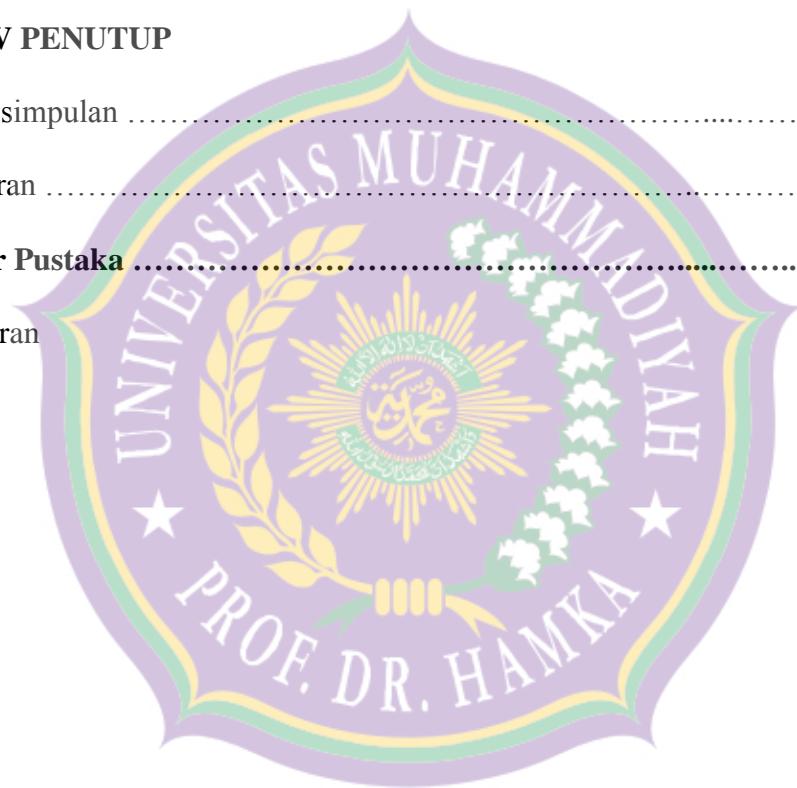
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kontribusi Penelitian	6
1.6 Pembatasan Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1. Paradigma Konstruktivisme.....	9
2.2. Hakikat Komunikasi.....	10
2.2.1. Definisi Komunikasi.....	10
2.2.2. Elemen Komunikasi.....	12

2.3. Model Komunikasi.....	13
2.3.1. Model Interaksional.....	14
2.4. Fungsi Komunikasi.....	15
2.5 . Konteks Komunikasi.....	17
2.6. Etnografi	22
2.7. Fanatisme.....	28
2.8. Teori Interaksi.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITI.....	29
3.1. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian.....	31
3.1.1. Pendekatan Kualitatif.....	31
3.1.2. Jenis Penelitian.....	31
3.1.3. Fenomenologi.....	31
3.2. Penentuan Informan	33
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	38
3.5.1 Lokasi Penelitian	38
3.5.2 Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	40
4.1. JKT48.....	40
4.2. Penggemar JKT48.....	43
4.2.1. Definisi Pengemar	43
4.2.4. Wota	43

4.2.3. Segmentasi Wota	44
4.2.4. Wota di Indonesia.....	45
4.2.5. Atribut Penggemar	47
4.2.6. Aktivitas Penggemar	48
4.4. Pembahasan	77
4.4.1 Analisis Domain Etnografi dan Fanatisme	77

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
Daftar Pustaka	87
Lampiran	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri musik saat ini semakin ramai dengan banyaknya penyanyi dan grup musik pendatang baru dengan beragam formasi seperti solo, duo, *group band*, *boy band* dan *girl band*. Seiring dengan semakin berkembangnya formasi penyanyi tersebut tidak lepas dari keberadaan penggemar dengan jumlah yang semakin lama semakin banyak.

Penggemar menjadi hal yang sangat penting keberadaannya dalam mendukung popularitas penyanyi yang digemari. Penggemar senantiasa melakukan hal-hal yang berkaitan dengan penyanyi yang diidolakannya. Seperti mengikuti jadwal, hadir di setiap penampilan, berkumpul dengan sesama penggemar, memperbarui kabar berita melalui media sosial, dan menghafal lagu-lagu. Grup band Slank misalnya, memiliki penggemar yang tersebar di seluruh Indonesia dengan nama *Slankers*. Para *Slankers* senantiasa hadir di setiap konser *Slank*. Hal tersebut dibuktikan dengan padatnya penonton konser dengan berbagai atribut yang bertuliskan “*Slank*” atau *Slankers*” seperti bendera, baju dan poster. Saat konser berlangsung, *Slankers* turut berjingkrak, membawakan yel-yel, berdendang mengikuti alunan lagu sambil mengibarkan bendera atau mengayunkan poster.

Hal yang sama juga terjadi dengan penggemar grup band lainnya seperti Sheila On 7 yang memiliki nama penggemar *Sheila Gank*, Iwan Fals dengan OI (Orang Indonesia), Ungu dengan nama penggemar *Cliquers*, Kotak dengan *Kerabat Kotak*, Nidji dengan *Nidji holic*, ST12 dengan *ST Setia* dan Wali dengan *Para Wali*. Lain hal nya dengan penggemar penyanyi solo seperti, Afgan, Raisa, Rosa, Glenn Fredly dan Vidy Aldiano. Ketika menonton konser, para penggemar penyanyi tersebut tidak terlalu ekspresif, tapi hanya mengikuti alunan musik sambil mengayunkan tangan.

Perbedaan karakteristik ini biasanya muncul dan sangat dipengaruhi oleh karakter dan citra yang dimiliki oleh sang idola atau artis yang diidolakan dengan aliran musik yang dibawakannya. Tiap-tiap aliran musik dan karakter penyanyi yang membawakannya menjadi salah satu contoh model atau panutan bagi masyarakat khususnya remaja dalam upaya pencarian jati diri. Hal ini tentunya berperan penting dalam mengarahkan segala tindakan, pikiran, dan perasaan. Karakteristik yang berbeda pada setiap kelompok penggemar seringkali diikuti munculnya fenomena fanatisme yang saat ini semakin berkembang. Penggemar memiliki kesetiaan yang berlebihan pada sosok yang disukai sehingga mereka bisa berbuat apa saja untuk artis idolnya. Perbedaan jenis musik dan karakter penyanyi merupakan faktor pembeda atas terbentuknya komunitas penggemar. Salah satu nya adalah para penggemar Grup Idola JKT48.

Konsep yang diterapkan pada *Grup Idola JKT48* yang berbeda dari *boyband* dan *girlband* di Indonesia, membuatnya memiliki penggemar hingga mencapai tiga jutaan penggemar dalam waktu yang cukup singkat. Dengan komposisi

penggemar yang sangat variatif, yaitu pelajar, mahasiswa, bahkan pekerja yang terdaftar di situs resmi www.jkt48.com. Jumlah tersebut belum termasuk para penggemar yang belum terdaftar resmi. Besarnya jumlah penggemar JKT48 juga bisa dilihat dari akun perkumpulan penggemar. Misalnya yang ada di akun sosial media twitter: @JKT48_FANS_ID, @JKT48Klasemen, @JKT48_WestJavaFC, dan @JKT48JOGJAFC yang hampir seluruhnya adalah laki-laki¹. Para penggemar juga turut berkontribusi dalam meningkatkan popularitas JKT48. Mereka ikut mempromosikan album JKT48 terbaru, jadwal penampilan, jadwal jumpa dengan penggemar, dan lain-lain melalui media sosial yang disebarluaskan antar para penggemar di berbagai daerah. Selain itu citra JKT48 yang ramah dan terbuka kepada penggemar merupakan faktor penting dalam menunjang popularitas mereka. Banyak cara yang mereka lakukan untuk mendekatkan diri pada penggemar. Salah satunya sebelum konser dimulai mereka menyapa penggemar dan memperkenalkan diri satu-persatu. Saat acara bersalaman, mereka wajib menjabat erat tangan penggemar diiringi senyum yang hangat sehingga penggemar merasa lebih dekat.

Para penggemar JKT48 berkembang menjadi penggemar fanatic yang kompak, dan memiliki loyalitas tinggi². Bahkan sering mereka melakukan hal-hal yang tidak biasa. Dalam acara bersalaman, misalnya. Ada seorang penggemar yang enggan mencuci tangannya. Ada juga yang rela menginap di dekat lokasi konser karena khawatir terlambat. Ada yang sampai membeli aneka pernak-pernik

¹ <http://www.twitter.com/JKT48Klasemen> diakses Minggu, 05 April 2015, pukul 22.01 WIB

² <http://www.kafegue.com/kritik-untuk-fans-fanatik-jkt48> diakses Jumat, 20 Maret 2015, pukul 16.05 WIB

penggemar, seperti topi, baju, tas, dan pin sebagai bukti eksistensi mereka sebagai penggemar dan bukti bahwa dia benar-benar penggemar JKT48.

Fenomena ini unik karena pada umumnya, remaja laki-laki menyukai aliran musik pop, indie, bahkan metal. Berbeda halnya dengan penggemar JKT48. Meski laki-laki namun mereka menyukai JKT48 yang seluruh anggotanya adalah perempuan. Pada saat menonton pun mereka terlihat asyik menyanyi dan menari mengikuti gerakan JKT48 di panggung tanpa rasa canggung. Ketika berkonser JKT48 berpenampilan serba feminin dengan mengenakan rok dan sepatu *boots*, hiasan pita rambut, dan membawakan tarian dan lagu yang ceria dengan tema cinta, persahabat dan semangat. Kendati demikian hal ini tidak membuat para penggemar laki-laki enggan berpartisipasi menari, baik dengan gerakan *Wotagei* (menari sambil bersorak dengan menggunakan lampu stik) atau gerakan yang biasa dibawakan JKT48.

Kesuksesan JKT48 juga tidak lepas dari peran industri penyiaran dan media massa. Penayangan video klip perdana *Heavy Rotation* di *You Tube*, berhasil menarik ribuan penonton. Ditambah lagi dengan tampilan mereka dalam sejumlah iklan televisi komersial, mulai dari iklan produk minuman, makanan, kosmetika, elektronik, hingga situs jual beli *online* membuat namanya makin berkibar. JKT48 juga mendapat tawaran dari berbagai stasiun televisi untuk membintangi program acara yang berkaitan dengan rutinitas mereka. Di antaranya acara *JKT48 School* di *Global TV*, *Yokoso JKT48* di *ANTV*, *i-club48* di *NET TV*, *JKT48 Story* di *RCTI*, *JKT48 Missions* di *Trans7*, dan *The Ichiban* di *RTV*. Bahkan ada anggota yang membintangi film, *talkshow* dan sinetron. Hal ini mendekatkan JKT48 dengan

para penggemarnya. Kedekatan dengan penggemar juga didukung interaksi di berbagai media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Google+*.

Komunikasi diantara para penggemar JKT48 yang intens baik saat bertemu di tempat konser maupun di media sosial menimbulkan kekompakan tersendiri. Kekompakan yang mereka bangun merupakan ciri terjalannya komunikasi kelompok yang baik antara anggota satu dan anggota lainnya, sesuai dengan definisi konteks komunikasi kelompok, yakni sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil. Umpulan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya (Mulyana: 2008, 82).

Setiap penggemar bergabung dengan komunitas penggemar JKT48, setiap kota memiliki komunitas masing-masing yang sudah memiliki anggota yang sangat banyak. Hal ini buktikan dengan kehadiran mereka yang tidak pernah absen ketika JKT48 tengah mengadakan suatu acara, atau dikenal dengan istilah *ngidol* yang menimbulkan fanatisme yang dalam penelitian ini terpapar dalam analisis domain etnografi James Spradley.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana fanatisme yang terbentuk pada penggemar JKT48?

1.3. Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah penelitian ini pada:

1. Fanatisme penggemar Grup Idola JKT48.
2. Etnografi yang ada dalam penggemar Grup Idola JKT48.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Memahami fanatisme yang tergambar pada penggemar Grup Idola JKT48
2. Mengetahui faktor yang membentuk fanatisme tersebut.

1.5. Kontribusi Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga kontribusi, yaitu:

1. Kontribusi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori interaksi. Dalam penelitian ini teori tersebut dikaitkan dengan komunikasi kelompok dalam ruang lingkup penggemar JKT48 permasalahan gender dan mengenai interaksi individu yang menghasilkan makna, simbol, dan pesan.

2. Kontribusi metodologi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti yang menggunakan metode fenomenologi. Karena dalam penelitian ini metode fenomenologi digunakan untuk meneliti bagaimana fenomena budaya kelompok yang ada dalam komunitas penggemar JKT48 dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan fenomenologi.

3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada para anggota JKT8 dan tim manajemen JKT48, bahwa dukungan dari para penggemar merupakan hal terpenting dalam menunjang kesuksesan JKT48.

4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan baru kepada masyarakat mengenai pengotakan sifat-sifat yang ada pada laki-laki ataupun perempuan yang biasa dikenal dengan bias gender yang terbentuk dalam masyarakat. Diharapkan penelitian ini mampu memberi pandangan baru dan mengurangi kesenjangan gender.

1.5. Pembatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada para penggemar Grup Idola JKT48, yang senantiasa mengikuti kegiatan JKT48 yang berpusat di f (X) *Lifestyle X'enter*, Sudirman, Jakarta Pusat, maka peneliti hanya meneliti penggemar yang berada di sekitar Jakarta Pusat.

1.6. Sistematika Penulisan

- Bab I : Menjabarkan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, keterbatasan penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II : Menjabarkan mengenai perspektif penelitian, hakekat komunikasi dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

- Bab III: Menjabarkan mengenai metedologi penelitian. Yaitu, pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.
- Bab IV: Menjabarkan mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan penelitian.
- Bab V: Menjabarkan mengenai kesimpulan dan saran penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alimi, Yasir, 2004. *Dekonstruksi Seksualitas Poskolinonal*. Yogyakarta: LKiS
- Adang, Yesmil Anwar, 2008. *Pengantar Sosiologi Hukum*. Jakarta: Grasindo.
- Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Endraswara, Suwardi, 2006. *Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Ghony, Djunaidi, Fauzan Almanshur, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Goldberg, A. Alvin, Carl E. Larson, 1985. *Komunikasi Kelompok*. Jakarta: UI Press.
- Gumelar, MS, 2015. *Analisis Studi Kultural*. Jakarta: Komunitas Studi Kultural Indonesia
- Ibrahim, Abdul Syukur. 1994. *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi*. Surabaya: Usaha Nasional
- Kuswarno, Engkus, 2008. *Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran
- Liliweri, Alo, 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Morrisan, 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mulyana, Deddy, 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy, Rakhmat Jalaluddin, 2005. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Mulyana, Deddy, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam Dan Sosial
- Raco, J, R, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo
- Semiawan, Cony, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Soemarno, Andreas, 2008. *Sosiologi I*. Bogor: Yudhistira.
- Spradley, P James, 2006. *Etnografi*. Yogyakarta: Tria Wacana
- Ames P, 2006. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Surajiyo, 2010. *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sutardi, Tedi, 2007. *Mengungkap Keragaman Budaya*. Bandung: IKAPI
- Rapar, Hendrik, Jar, 1996. *Pengantar Fisafat*. Yogyakarta: Penerbiit Kanisius.
- Taylor, E, Shelley, Peplau Anne Letitia, David, O, Sears, 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Turner, Lynn, Richard, West, 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Yusuf, Yusmar, 1989. *Dinamika Kelompok*. Bandung: CV. Armico.
- Wade, Carole. Carol. 2008. *Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Walgito, Bimo, 2008. *Psikologi Kelompok*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waluya, Bagja, 2007. *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat*. Bandung: PT Setia Purna Inves Bandung.
- Wibowo, Indiwan Seto Wahyu, 2013. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media Jakarta.
- Zamroni, Mohammad, 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber Internet:

<http://www.jkt48fanblog.blogspot.com/p/apa-itu-jkt48.html> Senin, 02 Februari 2015, 13.44 WIB

<http://www.kafegue.com/kritik-untuk-fans-fanatik-jkt48> jum'at, 20 Maret 2015, 16.05 WIB

<http://www.twitter.com/JKT48Klasemen> Minggu, 05 April 2015 22.01 WIB

<http://www.sinaukomunikasi.wordpress.com/penelitian-metodologi-pardigma> Minggu, 05 April 2015, 15.01 WIB

<http://www.denybelalau.wordpress.com/2013/01/15/teori-teori-dalam-komunikasi-kelompok/> Rabu, 25 Maret 2015, 22.21 WIB

<http://arhamvhy.blogspot.com/2012/11/10-istilah-dalam-idol-group-48-family.html> Rabu, 25 Maret 2015, 22.28 WIB

<http://arhamvhy.blogspot.com/2013/06/10-fakta-unik-dan-menarik-tentang-fans.html> Rabu, 25 Maret 2015, 23.04 WIB

<http://id.wikipedia.org/wiki/Maskulinitas> Rabu, 25 Maret 2015, 23.04 WIB

Sumber Lain:

Skripsi:

1. Komaruddin Bagja Aryawinangun, 2013. Dengan peminatan komunikasi massa FISIP UHAMKA dengan judul “*Studi Etnografi Komunikasi Pada Forum Jual Beli Kaskus.*”

Jurnal:

1. Dini Wahdiyati, 2012. Dengan judul “*Identitas Diri Remaja Alay (Studi Etnografi Komunikasi Pada Kelompok Pertemanan Alay Ekstras Komunitas ST Setia)*”

Artikel:

1. Argyo Demartoto. 2010. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul “*Citra maskulinitas dalam media massa*”

