

- CUSTOMER SERVICE  
ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga  
- CONSUMER PSYCHOLOGY

**POTRET LOYALITAS KONSUMEN  
MUSIK JAPANESE ROCK (J-ROCK)**

**SKRIPSI**

Psi 36/06

Sya

0



**Disusun Oleh :**

**Wardhana Ardy Syahputra  
110110482**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2006**

**POTRET LOYALITAS KONSUMEN  
MUSIK *JAPANESE ROCK (J-ROCK)***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi  
Universitas Airlangga Surabaya

Disusun Oleh :

**Wardhana Ardy Syahputra**  
**110110482**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2006**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi ini telah disetujui oleh  
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi**

  
**Dr. Fendy Suhariadi, MT.**

**NIP . 131 878 364**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji**

**pada hari Selasa, tanggal 17 Januari 2006**

**dengan susunan Dewan Penguji**

**Ketua,**

**Drs. Seger Handoyo, M.Si**

**NIP 131 967 668**

**Sekretaris,**

**Sami'an, S. Psi, M. Psi**

**NIP 132 306 162**

**Anggota,**

**Dr. Fendy Suhariadi, MT**

**NIP 131 878 364**

**HALAMAN MOTO**


**'Sidup adalah rangkaian pelajaran yang niscaya terus lestari agar  
dipahami'**

**( Sellen Keller )**

**'Kehidupan tidak butuh kita menjadi yang terbaik, ia hanya butuh  
kita berusaha melakukan yang terbaik'**

**( S. Jackson Brown Jr. )**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Aku persembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku,  
yang telah memberikan semangat dengan tiada henti-hentinya,  
yang telah memberikan curahan kasih sayang dengan tiada  
putus-putusnya, dan  
yang telah memberikan cintanya dengan tiada bisa tergantikan.*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil 'alamin.* Segala puji hanya pantas dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala kenikmatan telah Engkau berikan kepada hamba-Mu ini dalam menjalani kehidupan ini. Shalawat serta salam bagi junjungan kita, Muhammad SAW, penutup para nabi, pemberi suri tauladan yang baik.

Hanya rasa syukur yang tak terhingga yang patut diucapkan atas terselesainya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik berupa pikiran, tenaga, dan dorongan moral, rasanya mustahil skripsi ini akan dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H.M Zainuddin, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya. Dekan yang bersahabat dan murah senyum.
2. Dr. Fendy Suhariadi MT sebagai dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas kesabaran untuk membimbing, dan sumbangan saran demi kesempurnaan penelitian ini.
3. Nur Ainy Fardana Nawangsari, S.Psi, M.Psi. selaku dosen wali, walau sempat penulis ditinggalkan, sekarang telah kembali.
4. Nono Hery Yoenanto, S.Psi, M.Pd selaku dosen wali yang menggantikan Bu Neny. Terima kasih atas segala kebaikan yang telah diberikan selama ini.

5. Seluruh dosen di Fakultas Psikologi Unair yang telah menjadi guru dan pembimbing selama empat setengah tahun. Semoga amal ibadah bapak/ibu mendapatkan balasan dari Yang Maha Kuasa.
6. Karyawan Psikologi, Pak Catur, Pak Koen, Pak Mul, Pak Totok, Cak Jo, Mbak Sum, Pak Parno, Mas Agus "Sinyo", Pak Karyono, Pak Slamet, Pak Alex, Pak Roestam, Pak Saikon dan kawan-kawan. Kehadiran kalian adalah warna bagi kampus kita.
7. Umi dan Abah yang telah mencurahkan segenap kasih sayangnya kepadaku. Mas Rama, Tete Nunik, dan Ujang, kalian adalah keluarga terbaik bagiku. Terima kasih atas dukungan dan pengertiannya.
8. Para subjek dalam penelitian ini. Terima kasih atas waktu yang diberikan di sela-sela kesibukan.
9. Jose dan Udin, serta Toni, teman dunia maya penulis, yang hingga kini belum pernah bertatap muka, terima kasih telah menghantarkan peneliti pada subyek-subyek penelitian.
10. Rudi S.Psi dan Hery S.Psi yang telah menjadi mentor selama pengerjaan skripsi ini dan memberikan pelajaran tentang penelitian kualitatif. Semoga kalian menemukan apa yang kalian cari.
11. Teman-teman diskusi, Dian Yeye, Firman "P-Man" Budi Wirawan, Bagus "Gaguk" Kurnia, Elga S.Psi, terima kasih atas masukan kalian yang sangat berharga.
12. Rudi, Gaguk, Firman, dan seluruh teman-teman kos-kosan Jojoran, Gubeng Kertajaya, dan Gubeng Jaya yang telah menyediakan "rumah



singhah” selama penulis berada di sekitar kampus, terima kasih telah menjadi tuan rumah yang baik.

13. Kawan-kawan di peminatan PIO: Elga Andina S.Psi, Firman Budi Wirawan, Triyo Utomo, Halim Alfatah S.Psi, Kosmas Kemit, SL, Immanuel Christian, Dian Yuniarti, Rustini, Widya Desary, Marianne Amarillys, Arry Marchilda, Indira Dhewanti, Birgita Pertiwi, Diah Laksmi, Ihda Cahyo Indrawan, Nurul Duariyati, dan Zuraidha, terima kasih atas kerja samanya selama ini.
14. Rekan-rekan magang angkatan VI LP3T Divisi Psikotes dan Pengukuran Perilaku: Kosmas, Halim, Ella, Lintang, Ikha, Devi, Sri, Olive, Ike, Tiwin, Vina, Titoet, Soraya, dan Mbak Idul. Kita pernah menjadi tim kerja yang kompak.
15. Teman-temanku di angkatan 2001, kebersamaan kita selama ini tak akan bisa terlupakan.
16. G-THIRD, Gaguk, Tyo, Heriwe, Ihda, Rudi, Dhana. Kita pernah berdakwah lewat suara.
17. Seluruh sahabat-sahabatku, sejak SD hingga SMA, dimanapun kalian berada, semoga persahabatan kita akan tetap abadi.
18. Nathania Bayu Astrella, Terima kasih untuk semuanya. Atas kebersamaan indah dan atas sikap yang sangat membingungkan. Itu membuatku semakin tegar dalam menjalani hidup.
19. Dan semua orang yang telah membantu dan hidup bersama pengalaman dalam pengerjaan skripsi ini, peneliti sampaikan banyak terima kasih.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa semua ini tidaklah sempurna. Masih banyak kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Saran dan kritik akan penulis terima dengan lapang hati. Semoga karya ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, Januari 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
ABSTRAK PENELITIAN .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Keaslian Penelitian .....	13
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Loyalitas Konsumen	
A.1. Definisi Loyalitas Konsumen .....	15
A.2. Dimensi Loyalitas Konsumen .....	18
A.3. Faktor-faktor Pendorong Loyalitas Konsumen ..	19
A.4. Tingkatan Loyalitas .....	21
B. Musik <i>Japanese Rock (J-Rock)</i>	
B.1. Definisi Musik <i>Japanese Rock (J-Rock)</i> .....	23
B.2. Sejarah Musik J-Rock .....	24
B.3. Sejarah Musik J-Rock di Indonesia .....	27

B.4.	Keunikan Musik J-Rock .....	28
B.5.	Hubungan antara <i>J-Rock</i> dengan <i>Anime</i> .....	29
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>		
A.	Paradigma Penelitian .....	31
B.	Fokus Penelitian .....	36
C.	Subyek Penelitian .....	36
D.	Metode Pengumpulan data .....	37
E.	Teknik Analisis Data .....	40
F.	Validitas dan Reabilitas Penelitian.....	44
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Pelaksanaan Penelitian .....	46
B.	Gambaran Lingkup Penelitian .....	50
C.	Hasil Penelitian	
C.1.	Profil Subyek Penelitian .....	54
C.2.	Hasil Analisa data.....	69
C.3.	Pembahasan Tematik	
C.3.1.	Proses Munculnya Loyalitas Terhadap Musik J-Rock .....	72
C.3.2.	Faktor-faktor yang Mendorong Loyalitas Terhadap Musik J-Rock .....	81
C.3.3.	Bentuk Loyalitas yang Ditunjukkan Konsumen Musik J-Rock.....	102
C.4.	Pembahasan Umum.....	117
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
A.	Kesimpulan .....	123
B.	Saran .....	126
DAFTAR PUSTAKA .....		127
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....		129

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara .....	129
2. Hasil Analisis EPP .....	363
3. Pedoman Wawancara .....	406
4. Surat kesediaan Subjek Penelitian dan Ahli .....	409

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1. Bagan Loyalitas Dimensional .....	17
2. Gambar 2. Hubungan antar tema yang menjadi temuan penelitian.....	118

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Perbandingan Paradigma Penelitian .....	32
2. Tabel 2 Jadwal Pengambilan data .....	49
3. Tabel 3 Hasil Analisis Data .....	69

## ABSTRAK PENELITIAN

**Wardhana Ardy Syahputra, 110110482, 2006, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Potret Loyalitas Konsumen Musik *Japanese Rock (J-Rock)***

Penelitian ini adalah sebuah studi kualitatif deskriptif tentang loyalitas konsumen, khususnya konsumen musik. Paradigma fenomenologis dipilih sebagai pijakan dalam penelitian ini, karena paradigma ini dipandang paling sesuai untuk penelitian psikologi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat sebuah deskripsi tentang loyalitas konsumen aliran musik tertentu (*J-Rock*) yang memiliki jumlah pendengar/penikmat minoritas. Konsumen musik ini boleh dikatakan tidak mengikuti trend yang sedang terjadi, yang lebih banyak berkiblat pada negara-negara barat seperti Amerika dan negara-negara Eropa.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dan observasi. Untuk meningkatkan Validitas dan Reabilitas, Penelitian ini menggunakan triangulasi data yaitu menggunakan seorang yang ahli dalam bidang musik *J-Rock*.

Teknis analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data interview menggunakan pendekatan "*the Empirical Phenomenological Psychological method*" (EPP). EPP adalah teknis analisis yang dihasilkan oleh Giorgi dan dikembangkan khusus untuk penelitian kualitatif dalam bidang-bidang psikologi. Proses analisis tersebut menghasilkan 163 *Meaning Units* yang kemudian dikelompokkan kedalam 31 kategori. Langkah terakhir dalam proses analisis adalah memunculkan gambaran-gambaran yang lebih umum dengan mengelompokkan kategori-kategori tersebut kedalam tema-tema yang lebih umum.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan tentang: (1) Proses munculnya loyalitas penggemar musik. (2) Faktor-faktor pendorong loyalitas konsumen musik *J-Rock*: a). Nilai-nilai pribadi penggemar musik ini yang memang mengarah kepada musik *J-Rock*. b). Dukungan dari orang-orang di sekitar penggemar musik ini dan juga komunitas musik ini. c). Daya tarik musik *J-Rock* yang memang sangat memikat para penikmat musik ini. (3) Bentuk-bentuk loyalitas konsumen musik *J-Rock* (4) Karakteristik penggemar musik *Japanese Rock*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang

Jepang adalah sebuah negara yang sangat luar biasa. Setelah sempat terpuruk akibat dijatuhkannya bom atom di kota Hiroshima dan Nagasaki 60 tahun yang lalu, Jepang bangkit dengan pesat. Saat ini Jepang telah menjadi salah satu macan ekonomi dunia, diluar negara-negara Barat.

Negeri Matahari Terbit ini sekarang menguasai pangsa pasar yang cukup besar untuk otomotif dan elektronik. Siapa yang tidak kenal Toyota, Honda, Suzuki, Mitsubishi, di sektor otomotif. Belum lagi Sony, Toshiba, dan Panasonic di sektor elektronik. Merek-merek tersebut sudah mendunia dan telah dikenal luas oleh masyarakat, termasuk oleh masyarakat Indonesia.

Setelah berhasil “menjajah” dunia dengan produk otomotif serta elektroniknya, kini Jepang mencoba untuk menjajah dunia lewat musiknya. Jepang merupakan satu-satunya negara di luar dunia Barat di mana terdapat pasar yang maha besar bagi musik Barat. Di Jepang pula industri musik Barat muncul secara besar-besaran dan berkembang, bahkan sampai diekspor kembali ke negara-negara Barat.

Indonesia adalah negara yang tak lepas dari invasi musik-musik Jepang ini. Awal tahun 1990-an adalah masa permulaan maraknya musik Jepang yang masuk ke Indonesia. *Japanese Rock* atau yang lebih akrab disebut *J-Rock*, mulai masuk atmosfer musik Indonesia terutama Jakarta pada pertengahan tahun 1990-an. Perlahan tetapi pasti, musik rock Jepang ini semakin digemari kawula muda.

*J-Rock* masuk ke Indonesia melalui *band-band indie* yang mencoba sesuatu yang baru dengan membawakan *soundtrack* film-film animasi yang sudah populer di Indonesia, seperti *Saint Seiya*, *Doraemon*, *Captain Tsubasa* atau *Samurai X*. Ini terjadi di era 1990-an. Gaung generasi pengusung *J-Rock* ini diawali oleh *Japanese Heroes* dan *Cartoon Heroes*, yang dengan bangga mengusung berbagai musik dari film-film animasi itu dengan sedikit *re-mix*.

Namun, setelah itu, perkembangan aliran ini memang tidak sebaik aliran-aliran *indie* lainnya seperti *hardcore*, *punk*, *ska* atau pun *britpop*. Nama *band-band* pengusungnya pun tidak banyak yang dapat berbicara di pentas musik nasional. Perlahan tetapi pasti, seiring dengan semakin banyaknya penggemar-penggemar *anime*, musik *rock* ala Jepang ini ikut juga digemari. Buktinya sudah ada *band* Indonesia yang dengan lantang mendeklaimasikan diri sebagai *band* yang berlaliran *Japanese Rock* di jalur major label, *J-Rock Star band*, yang memulai karirnya melalui ajang kompetisi Nescafe Musik Asik. Selain itu masih banyak lagi *band-band* Indonesia yang memang khusus memainkan *J-Rock* tersebut.

Pada negara Jepang sendiri aliran ini sebenarnya tidak ada, karena istilah ini lahir dan berkembang di luar Jepang pada dekade 1990-an. Istilah ini muncul akibat banyak orang di luar Jepang yang menjalin komunikasi dan menyenangi *band-band* asal Jepang, karena itulah muncul istilah *Japanese Rock*.

Menurut sebagian orang *Japanese Rock* ini adalah suatu kumpulan jenis-jenis musik yang menggunakan distorsi, tidak hanya terbatas pada *rock*. Ada pula yang mengandung unsur musik *gothic*, *black metal*, *heavy metal*, *rock dan roll*, maupun *pop rock*. Untuk memainkan musik-musiknya ternyata memang tidak

mudah, para personilnya harus mempunyai kemampuan skill musik dan akurasi yang tinggi, tidak hanya bisa bermain musik saja. Baik *sound*, performa, serta permainan musiknya harus bisa menyatu dengan baik.

Tanpa pemilihan *sound* yang benar, *skill* serta performa yang ditampilkan meskipun sudah mirip orang Jepang, tetap kurang sesuai, karena memang *sound J-Rock* itu mempunyai ciri khas sendiri yang berbeda dengan *sound-sound rock* lainnya.

Ada yang mengatakan kalau *J-Rock* itu banyak mengandung unsur Perancis, seperti kostum yang dikenakan, nama grup, ataupun lagu, hingga nuansa suram layaknya kesuraman film-film serta opera-opera Perancis. Itu memang tidak bisa sepenuhnya disalahkan, karena perkembangan musik di Jepang memang terkontaminasi kebudayaan pop di Eropa dan Amerika yang datang pada dekade 1970-an.

Sejumlah musisi kondang dari wilayah Barat itu menjadi pengaruh kuat terhadap generasi musisi Jepang. *Band-band* seperti *The Beatles*, *The Who*, *Pink Floyd* hingga *Sex Pistols* secara tidak langsung meninggalkan kesan yang tidak bisa hilang dari karya-karya yang tercipta di negara Samurainya ini.

Pada era 1970-an serta 1980-an saat gelombang *new wave* melanda dunia, Jepang pun melahirkan banyak musisi yang sangat kuat dengan *genre* ini. Sebut saja Kitaro, si raja perkusi yang punya banyak pengaruh serta menginspirasi banyak musisi di dalam maupun di luar Jepang dengan memunculkan *sound-sound* tradisional Jepang dibalut dengan nuansa modern.

Masih di dekade yang sama muncul pula Kan Mikami, Kazuki Tomokawa ataupun *High Rise* yang tampil musik punk secara brutal. Sementara yang lainnya

ada juga *StoneHenge*, *Hydromastgroningen*, *Happy Family*, maupun Michio Kurihara yang merupakan pengikut dari *High Rise*.

Boleh jadi kegemaran musisi-musisi Jepang dalam mengolah pikiran mereka untuk membuat berbagai perpaduan ataupun sesuatu yang baru, menjadikan musik-musik yang dihasilkan benar-benar unik, segar sehingga penikmat musik yang berada di luar Jepang berani memberi label *original*, yaitu *J-Rock*, musik yang hanya dipunyai oleh musisi Jepang.

Kegemaran bereksperimen itu sendiri bisa dilihat dari warna-warna musik yang ditampilkan oleh *Okinawa*, *Champluse*, ataupun *RC succession*. Sementara grup yang berpengaruh di dekade 1980-an adalah *Southern All Stars*, yang memberi inspirasi berbagai grup-grup musik berikutnya seperti *Shonen Knife*, *The Boredoms*, *Tama* ataupun *Little Creaturs*. Adapun yang menjadi kampiun elektronik musik di negara ini tak lain adalah *Yellow Magic Orchestra*.

Sekian banyak eksperimen-eksperimen yang dilakukan oleh musisi tersebut, namun yang paling sensasional bisa dilihat dari performa Gackt, yang merupakan solois *J-Rock*. Musisi ini dengan berani menampilkan sebanyak 120 sample untuk memberi warna ke dalam *sound-sound* gitar, bass, serta drum dalam singlennya *Doom Days*. Suatu hal yang memang tidak lazim dan tidak mungkin dilakukan oleh musisi lainnya.

Segala keunikan, nuansa glamor, bahkan ada yang cenderung aneh, justru menjadi suatu hal yang mempesona dan banyak ditiru oleh musisi di luar Jepang. Sepertinya tidak ada kata mati dalam pemilihan gaya setiap *performance* yang ditampilkan. Mulai kostum klasik seperti kerajaan, *anime*, futuristik, ataupun yang

feminin, semuanya seperti membawa aura tersendiri untuk menggambarkan *Japanese Rock* sesungguhnya.

Termasuk di Indonesia, *J-Rock* mendapatkan tempat tersendiri di hati penggemar musik di tanah air. Dominasi musik-musik Barat seakan tidak dapat menggoyahkan penggemar musik *J-Rock* untuk tetap menikmati musik-musik kesenangan mereka. Masuknya musik-musik Barat seperti *hip-hop*, *jazz*, *R n B*, serta musik-musik *metal* generasi baru, juga belum dapat menggoyahkan eksistensi penggemar musik *J-Rock* ini.

Penikmat musik *J-Rock* ini boleh dikatakan menentang arus. Pada saat pendengar musik Indonesia banyak berkiblat pada musik Barat, mereka malah menetapkan selernya pada musik "Timur". Musik Barat selalu menjadi trend di Indonesia. Apa yang berkembang di sana, akan juga selalu diikuti di sini. Menurut Tantowi Yahya, pemusik sekaligus pembawa acara, musik Indonesia dari tahun 1960-an hingga sekarang, memang tak bisa lepas dari pengaruh musik mancanegara, khususnya musik-musik Barat. "Lihat saja ketika *The Shadows* ngetop di Indonesia, muncul Zainal Combo Band. Atau ketika pamor *The Beatles* mencuat, lalu muncul Koes Bersaudara di sini" (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0309/06/Musik/519361.htm>)

Dulu pemusik kita sering bangga bila berhasil menjadi imitator artis atau band luar negeri, khususnya dari negara-negara barat. Ada yang bangga disebut Harry Belafonte Indonesia, ada *Bee Gees* Indonesia, ada Connie Francis Indonesia, dan lain-lain, tutur Harry Sabar yang dikenal sebagai komposer. Hingga saat ini pun kecenderungannya masih seperti itu, ada Glenn Fredly yang

diidentikkan dengan Craig Davids, ada Padi yang diidentikkan dengan U2, atau Dewa yang berkiblat pada *Queen*.

Musik Barat sangat berpengaruh dalam dunia musik Indonesia, dan penjualan albumnya sangat fantastis di negara ini. Indonesia dengan penduduknya yang lebih dari 200 juta jiwa, menjadi pasar empuk bagi pemasar musik. "Indonesia pasar musik terluas kedua di Asia setelah Jepang," ungkap Bens Leo, kini pemimpin redaksi *NewsMusik*, Jakarta. Ia tak punya data persis. Tapi Leo tahu kalau penjualan album *Coast to Coast* milik *Westlife* mencapai 12 juta kopi itu. "Sekitar dua juta di antaranya berasal dari Indonesia. Itu 16 % kurang lebih" (<http://www.pantau.or.id/txt/26/14e.html>).

Hasil riset AC Nielsen sebagaimana terekam dalam *Indonesian Consumer 2000* menunjukkan pendengar pop Barat sekitar 3,8 juta pendengar. Dangdut jauh lebih banyak ketimbang pop Barat. Dangdut sekurang-kurangnya punya 9,2 juta pendengar. Posisi teratas adalah pop Indonesia yang berselisih angka tak sampai sejuta, yakni sekitar 9,9 juta pendengar (<http://www.pantau.or.id/txt/26/14e.html>). Bagaimana dengan musik *J-Rock*? Walau tidak ada data resmi, kiranya pendengar *J-Rock* akan jauh di bawah pendengar musik Barat.

Data di atas menunjukkan bahwa dalam peta kekuatan pendengar musik di Indonesia, musik Barat bisa dikatakan lebih mendominasi apabila dibandingkan musik Jepang, terutama *J-Rock* ini.

Album-album penyanyi atau grup band Jepang yang beredar di Indonesia, terbilang sangat minim, apabila ada pasti harganya sangat mahal, karena harus diimpor langsung dari Jepang. Sebuah *CD (compact disc)* album *J-Rock*, untuk mendapatkannya, para penggemar harus rela merogoh koceknya lebih dalam yaitu

lebih dari US \$ 10. Itu belum termasuk ongkos kirim, dan ini dapat dipesan pada situs-situs yang menjual produk rekaman seperti [www.yesasia.com](http://www.yesasia.com), atau bahkan situs sekelas [www.amazon.com](http://www.amazon.com) pun juga menjual produk-produk musik rock Jepang. Untuk yang dijual di [www.amazon.com](http://www.amazon.com) biasanya berharga lebih mahal karena merupakan produk pilihan atau juga sangat langka di pasaran. Untuk sebuah CD album penggemar musik *J-Rock* harus mengeluarkan uang US \$ 25 lebih. Dibandingkan CD album penyanyi Barat populer atau penyanyi Indonesia yang harganya berkisar Rp. 75.000,00 ini jelas jauh lebih mahal. Namun ini tidak menyurutkan keinginan penggemar *J-Rock* untuk tetap membeli CD tersebut dan menikmati alunan musiknya. Penikmat musik *J-Rock* ini dapat dikatakan sebagai tipe konsumen yang setia.

Orang-orang yang berjiwa bisnis di tanah air, ada yang memanfaatkan peluang ini. Mereka menjual CD album hasil *copy* dari CD aslinya, atau boleh dikatakan mereka menjual CD “bajakan”. Namun jumlah penjualnya masih sangat terbatas dan untuk memperolehnya tetap tidak semudah memperoleh CD bajakan biasa, yang dapat kita jumpai di emperan toko. Pemasarannya bisa melalui komunitas penggemar *J-Rock* atau lewat media Internet. Untuk sekeping CD album dihargai Rp. 10.000,00 hingga Rp. 20.000,00. Untuk penyanyi/grup *band* yang waktu rilisan albumnya relatif lama dihargai Rp. 10.000,00 per keping, sedangkan album-album terbaru dihargai Rp. 20.000,00 perkeping. Bila kita bandingkan dengan CD bajakan yang dijual di emperan toko, CD album untuk musik *J-Rock* ini tetap saja lebih mahal. Untuk CD album Indonesia atau Barat dapat kita dapatkan dengan mudah dan harganya pun sangat murah, hanya Rp. 5.000,00. Bahkan ada yang menjual hingga Rp. 10.000,00 untuk 3 keping CD.

Publikasi untuk album-album musik berbahasa Jepang pun relatif kurang. Itu tidak menjadi halangan bagi mereka untuk tetap mengikuti perkembangan musik Jepang, terutama musik *J-Rock* ini.

Kecanggihan teknologi rupanya bisa sangat membantu para penikmat musik *J-Rock* ini untuk mendapatkan apa yang dicarinya. Internet menjadi pilihan utama untuk sekedar tetap mendapatkan informasi, ataupun membeli album musik terbaru secara *online*. Harus ada upaya ekstra yang harus mereka keluarkan untuk tetap dapat memuaskan telinga mereka dengan alunan musik *J-Rock*.

Kegemaran untuk mengkonsumsi musik *J-Rock* ini juga mendorong mereka untuk membentuk kelompok musik yang beraliran *J-Rock* juga. Mereka juga membentuk komunitas yang mewadahi penggemar musik, maupun pengusung musik yang beraliran *J-Rock*. Sebut saja Kojitsu (Komunitas Jepang Surabaya), yang mewadahi para musisi di kota pahlawan yang memainkan musik-musik Jepang (harian Jawa Pos, 25 Mei 2005). Bahkan di Eropa, ada perkumpulan khusus penikmat musik Jepang yaitu J Music Europa, yang juga telah meluncurkan situsnya, dalam berbagai bahasa yang ada di Eropa.

Loyalitas penggemar musik Jepang seperti *J-Rock* memang sudah tidak diragukan lagi. Penggemar kebudayaan Jepang pun sudah terbukti cukup loyal, hingga sempat mengkhawatirkan pihak tertentu. Contohnya yang terjadi di Surabaya, Pihak DPRD kota Surabaya mempermasalahkan, adanya Festival Tarian *Yosakoi*, tari khas kota Kochi, Jepang, yang sudah berlangsung tiga tahun terakhir. DPRD Surabaya secara resmi merekomendasikan kepada pemkot agar tidak lagi menghelat festival itu, mulai tahun depan. Dewan menganggap Festival *Yosakoi* bisa menipiskan rasa nasionalisme dan kebanggaan terhadap budaya



lokal. Karena di dalamnya banyak penggemar budaya Jepang, yang datang dan menari, bahkan dengan aksesori khas Jepang seperti Kimono (harian Jawa Pos, 9 Agustus 2005).

Berdasarkan uraian data dan fakta-fakta yang tersaji di atas, maka peneliti tertarik untuk menemukan akar permasalahan yang membentuk loyalitas penggemar musik *J-Rock* ini. Aliran musik ini, pendengarnya tergolong minoritas. Publikasi untuk album-album rekamannya di Indonesia juga relatif kurang. Jarang sekali ada toko yang menjual album-album musik *J-Rock*. Kalaupun ada, harganya pasti sangat mahal, karena harus diimpor langsung dari negara asalnya.

Semua itu menunjukkan bahwa tidak mudah untuk menjadi penggemar *J-Rock*. Belum lagi kendala bahasa. Bahasa Jepang tergolong asing di telinga orang Indonesia apabila dibandingkan dengan bahasa asing lainnya seperti bahasa Inggris atau Mandarin. Rupanya ini juga tidak menjadi halangan bagi mereka untuk tetap menikmati musik Jepang. Musik dan lagu adalah suatu hal yang universal. "Kekuatan sebuah lagu terletak pada melodi, harmoni, dan liriknya. Kalau ingin menikmati musik Jepang terimalah lirik berbahasa Jepang. Tidak perlu diterjemahkan lebih dahulu ke bahasa lain sebab akan berbeda esensinya," ujar Yasuharu Konishi, mantan pentolan band Pizzicato Five yang pernah meraih sukses besar di Amerika, Eropa, dan juga di Indonesia ini ([http://www.id.emb-japan.go.jp/tu05\\_2.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/tu05_2.html) )

Inilah sekali lagi yang membuat peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang ini. Penelitian pada kelompok pendengar musik yang minoritas, namun tetap terjaga eksistensinya.

## B. Identifikasi Masalah

Indonesia, sebagaimana negara-negara berkembang yang lainnya, selalu mengikuti *trend* yang terjadi di negara-negara barat. Baik itu dalam hal budaya, mode, dan juga perkembangan musik. Perkembangan musik di Indonesia sejak dulu sudah dipengaruhi oleh negara-negara barat seperti Amerika dan negara-negara Eropa. Seiring berkembangnya teknologi, khususnya teknologi informasi, pengaruh ini semakin cepat untuk masuk. Melalui televisi misalnya, apa yang menjadi *trend* di sana akan segera menjadi *trend* pula di negara ini. Musik Barat saat ini boleh dikatakan mendominasi jagad musik Indonesia, disamping musik-musik tuan rumah, yang tentunya juga mengikuti *trend* musik-musik Barat.

Dibalik dominansi musik-musik Barat tersebut, ada sekelompok orang yang mempunyai selera yang berbeda. Mereka tidak menjadi konsumen musik-musik Barat yang lagi *trend* saat ini. Mereka mempunyai selera musik sendiri, salah satunya adalah para penggemar musik Jepang, khususnya *J-Rock*. Mendapatkan gempuran musik Barat yang bertubi-tubi, mereka tetap saja loyal dan bertahan untuk menjadi konsumen setia musik *J-Rock*. Padahal jika ditilik dari umurnya, *J-Rock* masuk ke Indonesia baru pada pertengahan tahun 1990-an. Hal ini tentunya sangat jauh apabila dibandingkan dengan musik-musik barat yang sudah eksis sejak lama.

Loyalitas para penggemar musik *J-Rock* ini lah yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini. Hingar-bingarnya musik Barat yang menjadi *trend* di Indonesia tidak membuat mereka berpindah ke lain hati. Mereka tetap eksis dan bangga dengan aliran mereka sendiri. Banyak dari mereka yang bahkan membentuk kelompok musik dengan aliran musik yang sama demi eksistensi

mereka. Komunitas pun juga dibentuk demi sekedar bertukar pikiran atau mengetahui perkembangan terkini tentang musik-musik kesukaan mereka.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah munculnya loyalitas terhadap aliran musik *J-Rock* ini?
2. Apa yang mendorong mereka untuk menjadi loyal terhadap aliran musik *J-Rock* ini?
3. Bagaimanakah bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh konsumen musik *J-Rock* ini?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat sebuah deskripsi tentang loyalitas konsumen aliran musik tertentu (*J-Rock*) yang memiliki jumlah pendengar/penikmat minoritas. Konsumen musik ini boleh dikatakan tidak mengikuti trend yang sedang terjadi, yang lebih banyak berkiblat pada negara-negara barat seperti Amerika dan negara-negara Eropa.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoretis**

Manfaat teoretis dari penelitian ini antara lain:

1. Menambah khasanah informasi dan hasil penelitian dalam bidang psikologi industri dan organisasi khususnya tentang perilaku

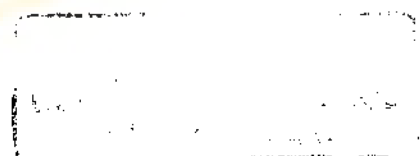
konsumen (*consumer behavior*) maupun psikologi konsumen (*consumer psychology*)

2. Memunculkan sebuah pengetahuan tentang bagaimana loyalitas konsumen terbentuk secara lebih mendalam
3. Mengetahui sejauh mana konsumen tersebut loyal terhadap jenis atau aliran musik tertentu dan implikasinya terhadap kehidupan sehari-hari mereka
4. Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan loyalitas konsumen dan khususnya dalam konteks industri musik di Indonesia.

## **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

1. Melalui informasi tentang perilaku konsumen, khususnya tentang loyalitas konsumen ini, dapat memberikan gambaran pada dunia industri musik di Indonesia mengenai pendengar minoritas yang cukup loyal. Sehingga dunia industri musik dapat lebih memperhatikan eksistensi mereka.
2. Membuka peluang usaha baru atau bisnis pendukung untuk menjadi penyedia barang- barang maupun pemak-pemik yang dibutuhkan oleh konsumen musik minoritas ini, yang sulit mereka dapatkan.



## F. Keaslian Penelitian

Selama ini penelitian yang membahas tentang perilaku konsumen, khususnya tentang loyalitas konsumen lebih banyak diarahkan kepada loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*) (Setiadi, 2003:199). Penelitian ini mencoba untuk mengungkap loyalitas konsumen terhadap aliran musik *Japanese Rock*. Aliran musik ini mempunyai pendengar yang tergolong minoritas dan cenderung tidak mengikuti *trend* yang berasal dari negara-negara barat seperti Eropa dan Amerika.

Penelitian tentang perilaku konsumen, khususnya tentang loyalitas konsumen ini akan memberikan gambaran bagaimana konsumen musik atau aliran musik tertentu bisa menjadi loyal terhadap aliran musik tertentu. Ini akan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang bersinggungan langsung dengan industri musik seperti produser, perusahaan rekaman, serta penikmat musik pada umumnya. Implikasinya dalam Industri musik adalah bahwa kita dapat menyadari adanya konsumen-konsumen khusus yang menyukai aliran musik tertentu. Mereka dapat dikatakan sangat loyal terhadap aliran musik yang disukainya tersebut. Ini dapat menjadi peluang bisnis tersendiri dimana dari kelompok kecil konsumen penikmat musik dengan aliran tertentu ini apabila dikumpulkan tentunya jumlahnya tidak sedikit lagi. Jelasnya, ini akan bisa menumbulkan pangsa pasar yang baru bagi industri musik di Indonesia.

Selain itu, keunikan penelitian ini juga dapat dilihat pada tujuan yang ingin diungkapkan. Yaitu untuk melakukan penggalan terhadap loyalitas konsumen, baik proses terjadinya, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, hingga bentuk-bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh para penggemar musik *J-Rock* ini

sebagai penggemar aliran musik yang bisa dibilang minoritas. Sebagai sebuah studi, penelitian ini dapat dijadikan alat untuk evaluasi-deskriptif tentang pemasaran musik pada saat ini yang kurang berpihak pada penikmat musik minoritas semisal penikmat musik *J-Rock* ini.

Keunikan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif. Selain itu metode kualitatif yang digunakan masih merupakan metode yang jarang digunakan terutama dalam konteks perilaku konsumen ataupun psikologi konsumen (*consumer psychology*). Sebagian besar penelitian tentang perilaku konsumen, cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif yang terlalu menyederhanakan kompleksitas permasalahan manusia dalam bentuk angka. Sebagian besar penelitian perilaku konsumen hanya sebatas mencari hubungan atau pengaruh, dan terkesan kurang mengungkap sisi-sisi konsumen secara mendalam. Sehingga penelitian ini merupakan sebuah upaya untuk memandang persoalan perilaku konsumen dengan corak dan paradigma yang sedikit berbeda.

Salah satu keunikan penelitian ini adalah sorotan terhadap industri musik Indonesia. Industri yang sering luput dari sasaran para peneliti, yang lebih memilih untuk melakukan penelitian di bidang industri yang tergolong 'besar' seperti perbankan, *consumer goods*, dan lain sebagainya. Industri musik rasanya kurang mendapatkan perhatian, padahal manusia tidak dapat hidup tanpa musik. "Musik ibarat orang merokok. Meski banyak imbauan bahwa rokok merusak kesehatan, toh orang tetap saja merokok. Musik pun sudah menjadi kebutuhan sehari-hari" ungkap Tantowi Yahya, presenter yang juga bergelut di industri musik (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0309/06/Musik/519361.htm>).

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Loyalitas Konsumen

##### A.1. Definisi Loyalitas Konsumen

Loyalitas adalah sebuah konsep yang sangat luas penerapannya, tergantung kata berikut yang mengikutinya. Secara harfiah, loyalitas dapat didefinisikan sebagai kesetiaan, ketaatan, atau kepatuhan. Loyalitas untuk konteks penelitian ini dianggap sebagai kesetiaan, sebab berhubungan dengan konsumen sebagai subyeknya. Loyalitas juga dapat didefinisikan sebagai:

*A feeling or attitude of devoted attachment and affection; or the act of binding oneself (intellectually or emotionally) to a course of action.* ([http://www.buildingbrands.com/definitions/10\\_loyalty\\_marketing.shtml](http://www.buildingbrands.com/definitions/10_loyalty_marketing.shtml))

Menurut pengertian di atas, yang dimaksud dengan loyalitas adalah perasaan atau sikap mencurahkan perhatian dan afeksi, atau suatu tindakan mengikat dirinya secara intelektual maupun emosional untuk berjalannya aksi. Masih dalam sumber yang sama, ditinjau dari ukuran perilaku, dalam konteks perilaku pembelian, loyalitas dapat dilihat sebagai *share of wallet*, *retention rate* ataupun frekuensi pembelian.

Loyalitas konsumen, dalam dunia pemasaran (*marketing*) ataupun dalam bahasan perilaku konsumen (*consumer behavior*), lebih banyak diistilahkan dengan *customer loyalty*. Istilah *customer* di sini dalam bahasa Indonesia bisa diterjemahkan sebagai pelanggan. Pada konsep pemasaran ataupun perilaku konsumen, istilah *customer loyalty* dianggap memiliki makna yang lebih mendalam daripada menggunakan istilah “*consumer*”. Istilah *customer* dianggap

lebih menempatkan konsumen pada posisi *relationship* daripada sekedar transaksi ([http:// www. frontier. co. id/quarterly. php?qId=quarterly/romancing. htm](http://www.frontier.co.id/quarterly.php?qId=quarterly/romancing.htm)).

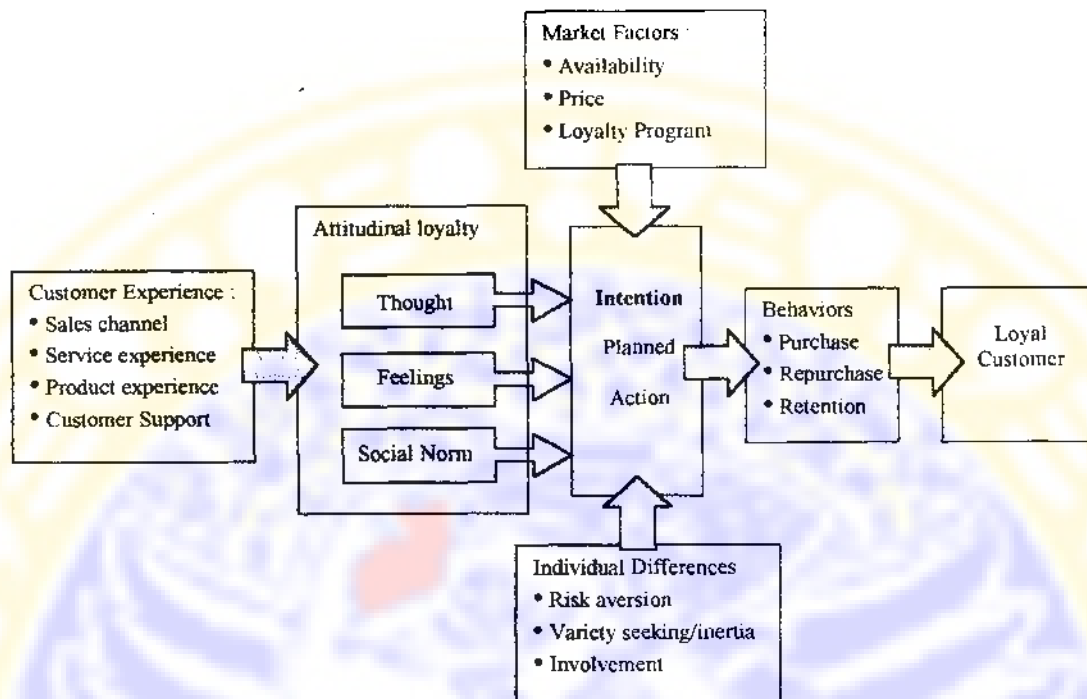
Loyalitas konsumen atau yang lebih sering disebut *customer loyalty* dapat difinisikan:

*Customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situational influence and marketing effort having a potential to cause switching behavior* (Arnould, Price & Zinkhan, 2002:640)

Pernyataan di atas dapat diartikan bahwa loyalitas adalah komitmen yang timbul secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang, walaupun pengaruh situasi dan usaha pemasaran menjadi penyebab potensial perubahan perilaku.

Loyalitas konsumen tidak muncul begitu saja. Hal ini membutuhkan proses yang panjang dan juga sangat banyak faktor yang turut berperan di dalamnya. Awalnya, orang menganggap bahwa *satisfaction is enough*. Tak mengherankan pada tahun 1970-an tiap perusahaan fokus menggarap *customer satisfaction*, dengan asumsi: bila konsumen puas, berarti loyal. Hal itu perlahan-lahan mulai bergeser, karena selain kepuasan, masih sangat banyak yang membuat seseorang menjadi loyal. Hal ini dapat kita lihat dalam bagan loyalitas multidimensional di bawah ini:





**Gambar 1. Bagan Loyalitas Dimensional**

Sumber: *Marits Research* dalam *Majalah SWA 02/XXI/ Januari- Februari 2005*

Bagan di atas menunjukkan bahwa loyalitas dibentuk pertama kali melalui pengalaman yang didapat oleh konsumen. Hal ini mengenai bagaimana rantai penjualannya, pengalamannya dengan layanan atau produk yang digunakan serta dukungan dari konsumen yang lain. Semua pengalaman yang diperoleh oleh konsumen ini akan menimbulkan sikap yang mengarah pada loyalitas, dimana elemen sikap ini terdiri dari pemikiran, perasaan, serta norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Sikap ini kemudian menimbulkan intensi yang berupa rencana atau bahkan aksi. Intensi untuk mengkonsumsi barang/jasa ini dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkembang di pasar serta *individual differences*. Intensi ini kemudian membentuk perilaku yang diwujudkan dengan pembelian dan pembelian berulang, yang pada akhirnya akan memunculkan konsumen yang loyal.

## A.2. Dimensi Loyalitas Konsumen

Durianto (2005:46) menyatakan loyalitas konsumen atau yang lebih sering disebut loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) diindikasikan dalam beberapa dimensi, yaitu:

1. Kemauan membayar harga lebih (*willing to pay a premium price*)

Apabila konsumen mau membayar dengan harga lebih, hal ini menjadi salah satu indikasi loyalitasnya tinggi.

Penelitian ini menyoroti loyalitas penggemar musik *J-Rock*. Penggemar musik ini dikatakan loyal apabila bersedia membeli album-album *J-Rock* dengan harga yang di atas standard.

2. Pembelian berulang (*repeat purchase*)

Konsumen yang loyal pada produk tertentu pasti terus memakai dan membelinya, meski di pasar muncul banyak produk baru.

Sebagai konsumen musik *J-Rock* yang loyal, tentunya pasti akan selalu membeli atau mendengarkan musik-musik *J-Rock*

3. Punya komitmen dan rasa memiliki yang tinggi terhadap produk

Loyalitas yang sesungguhnya adalah rasa memiliki terhadap produk tersebut.

Komitmen terhadap musik *J-Rock* dapat ditunjukkan melalui interaksi dengan musik tersebut, menyukai elemen-elemen yang ada pada musik *J-Rock* ini, atau menceritakan kelebihan musik ini kepada orang lain.

### A.3. Faktor-faktor pendorong Loyalitas Konsumen

Menurut Subrotó dalam Majalah SWA 02/XXI/ Januari- Februari 2005:36, ada lima faktor yang menyebabkan konsumen menjadi loyal terhadap produk yang digunakan :

1. Nilai-nilai konsumen (*Customer value*)

Adalah persepsi konsumen yang membandingkan antara biaya atau harga atau beban yang harus ditanggung dan manfaat yang diterimanya. Manfaat di sini bisa tangible, menyangkut kegunaan barang secara fisik, bisa pula manfaat intangible, yang bersifat psikologis atau emosional dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas konsumen pada aliran musik tertentu (musik *Japanese Rock*). Maka manfaat musik bagi konsumennya sendiri bersifat psikologis atau emosional.

2. Karakteristik pelanggan (*Customer characteristic*)

Karakteristik konsumen dalam menggunakan produk barang/jasa. Kenyataannya, setiap individu memiliki karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lain.

Setiap individu pastilah berbeda, begitu pula dengan para penggemar musik *Japanese Rock* ini. perbedaan ini tentunya juga akan diperhitungkan.

3. *Switching barrier*

Yaitu hambatan yang muncul ketika konsumen akan pindah dari satu produk ke produk yang lain dalam kategori sama. Hambatan ini tidak

selalu *economic value*, tapi bisa juga berkaitan dengan fungsi psikologis, sosial, bahkan ritual.

Hambatan yang muncul pada penggemar musik *J-Rock* berkaitan dengan fungsi psikologis, yaitu adanya ikatan emosional yang cukup kuat dengan aliran musik ini.

#### 4. Pengalaman pelanggan

Adalah sesuatu yang dialami oleh pelanggan ketika melakukan kontak dengan produk yang digunakannya. Di sinilah peran kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dengan sekian banyak dimensinya, dengan harapan semakin puas pelanggan, semakin tinggi kemungkinan mereka tidak beralih ke produk yang lain. Faktor ini sangat penting, tapi di sini pula dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup dapat menyebabkan seseorang setia atau pindah untuk menggunakan produk lain.

Pengalaman positif para penggemar musik *J-Rock* ini ketika mendengarkan musiknya, membuat mereka setia terhadap musik *J-Rock*.

#### 5. Lingkungan yang kompetitif (*competitive environment*)

Hal ini menyangkut sejauh mana kompetisi yang terjadi antar produk dalam satu kategori.

Sebenarnya banyak sekali musik Rock dari berbagai aliran yang beredar di pasar musik Indonesia, namun para penggemar musik ini lebih memilih untuk tetap setia terhadap musik *J-Rock*.

#### A.4. Tingkatan Loyalitas

Menurut Joewono (2005:28), loyalitas terbagi menjadi beberapa tingkatan, yaitu :

1. Belum loyal

Pada tahap konsumen belum loyal, mereka akan mudah pindah atau beralih dalam menggunakan produk atau jasa.

2. Loyal terbiasa

Konsumen yang menggunakan produk atau jasa tertentu, lambat laun akan menjadi loyal karena telah terbiasa menggunakan produk/jasa tersebut.

3. Loyal rasional

Konsumen bersedia untuk menjadi loyal karena rasio konsumen sudah mulai berjalan.

4. Loyal emosional

Konsumen loyal bukan karena semata-mata alasan rasional, namun juga terkait dengan faktor emosi

5. Loyal fanatik

Adalah tahap dimana konsumen tidak mau pindah lagi untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa yang sejenis.

Dari tingkatan loyalitas di atas, dibandingkan dengan data-data yang ada tentang penggemar musik *J-Rock*, kiranya mereka sudah memasuki tingkatan loyal emosional bahkan sudah pada tingkatan fanatik.

Aaker dalam Majalah SWA 02/XXI/ Januari-Februari 2005, juga membagi konsumen/pelanggan berdasarkan loyalitasnya menjadi 5 tingkatan yaitu:

1. *Switcher*
2. *Habitual buyer*
3. *Satisfied buyer*
4. *Liking buyer*
5. *Committed buyer*

Teori di atas kurang tepat untuk digunakan dalam konteks konsumen musik, sebab loyalitas konsumen musik bukan hanya diukur dari pembelian barang, yang dalam hal ini adalah produk rekaman.

Reichheld (1996), juga melakukan pembagian terhadap tingkat loyalitas konsumen. Loyalitas menurut Reichheld terbagi atas 4 tingkatan, yaitu:

1. Loyalitas Kosong

Konsumen atau pelanggan dikatakan tidak punya loyalitas sama sekali apabila tidak mencari nilai apapun diluar kebutuhan sesaatnya.

2. Loyalitas Inersia

Ini berlaku untuk konsumen yang memilih suatu produk tertentu karena tidak mau membuang waktu atau tenaga untuk menemukan produk yang lebih baik dalam kategori yang sama.

3. Loyalitas laten

Dimiliki oleh konsumen yang telah mencintai satu produk atau layanan, tapi kadar cintanya belum terlalu tinggi. Konsumen dengan loyalitas laten telah mempunyai pandangan yang positif terhadap penyedia produk tersebut, tetapi penentu *repeat buying*-nya lebih bersifat situasional ketimbang emosional.

#### 4. Loyalitas premium

Konsumen dalam kategori ini membeli secara rutin serta kebal terhadap rayuan pesaing. Konsumen tipe ini juga tidak segan merekomendasikan produk atau layanan kepada para kerabat, kolega, teman, maupun relasi.

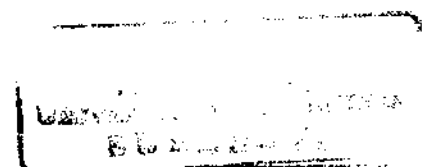
Konsumen musik Jepang, dalam teori di atas kiranya akan masuk pada tingkatan yang tertinggi. Buktinya mereka tetap eksis di tengah dominasi musik barat.

### **B. Musik *Japanese Rock (J-Rock)***

#### **B.1. Definisi Musik *Japanese Rock (J-Rock)***

Musik ialah bunyi yang diterima oleh individu dan berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya dan selera seseorang. Musik sendiri dapat didefinisikan sebagai sebuah bunyi yang dianggap enak oleh pendengarnya atau segala bunyi yang dihasilkan secara sengaja oleh seseorang atau kumpulan (<http://id.wikipedia.org/wiki/Musik>). Dalam bahasa Jepang, musik disebut "*ongaku*" yang tulisan kanjinya dapat diartikan dengan "menikmati suara".

Penelitian ini hanya membahas salah satu aliran musik saja yaitu musik *J-Rock* sebagai bagian dari musik Jepang. Seperti halnya yang terjadi di negara-negara lain, musik Jepang juga terkategori. Secara umum, musik di Jepang terbagi dalam dua kategori, *hoogaku* (musik Jepang), yang mencakup segala macam jenis musik seperti lagu anak-anak, hingga ke musik rock ala Jepang (*J-Rock*), dan *yoogaku* (musik Barat) yang meliputi musik klasik, populer, folk, dan lain-lain (<http://www.id.emb-japan.go.jp/aj30001.html>).



*Japanese Rock* atau yang lebih sering disingkat dengan sebutan *J-Rock* adalah suatu bentuk musik yang populer, sejalan dengan musik *Japanese Pop* atau yang lebih sering disingkat dengan sebutan *J-Pop*. Jenis Musik *Japanese Rock* ini menjadi salah satu aliran musik yang terpopuler di Jepang ([www.answers.com](http://www.answers.com)).

*Japanese Rock* atau yang lebih akrab disebut *J-Rock* didefinisikan sebagai kumpulan jenis-jenis musik yang menggunakan distorsi, tidak hanya terbatas pada rock. Ada pula yang mengandung unsur musik gothic, black metal, heavy metal, rock dan roll, maupun pop rock (<http://www.greatestjournal.com/users/saiko/>).

Aliran ini sendiri sebenarnya tidak ada di Jepang, karena istilah ini lahir dan berkembang di luar Jepang pada dekade 1990-an. Istilah ini muncul akibat banyak orang dari negara di luar Jepang yang memiliki yang menyenangi band-band asal Jepang, karena itulah muncul istilah *Japanese Rock*.

## **B.2. Sejarah Musik *J-Rock***

Musik *J-Rock* mempunyai sejarah yang panjang. Seperti halnya negara-negara Asia lainnya, Amerika dan Eropa juga menjadi referensi bagi perkembangan musik di Jepang. Sejumlah musisi ternama dari wilayah Barat itu menjadi pengaruh kuat terhadap generasi musisi Jepang. Band-band seperti *The Beatles*, *The Who*, *Pink Floyd* hingga *Sex Pistols* secara tidak langsung meninggalkan kesan yang tak bisa hilang dari karya-karya yang tercipta di negara Samurai ini. Mungkin aliran yang paling meresap adalah *Psychedelic rock* yang sangat terasa pengaruhnya hingga sekarang.

*Psychedelic rock* diperkenalkan pada dekade 1960-an oleh orang-orang Amerika dan Eropa. Tiba di Jepang, *psychedelic rock* diterima dengan citarasa



yang berbeda. Sebelumnya diketahui pemakaian obat-obatan terlarang (*drug*) oleh para pengusung aliran ini meninggalkan dampak pada kesuraman dan musik yang membius. Para musisi *J-Rock* cenderung untuk bebas dari obat-obatan terlarang, atau sama sekali anti terhadap obat-obatan terlarang.

*Psychedelic rock* pertama kali diperkenalkan di Jepang pada pertengahan tahun 1960-an. Beberapa grup *band* meniru “pahlawan” mereka yang berasal dari Eropa atau Amerika, termasuk *The Golden Cups*, *The Mops*, *The Dynamites and Jacks*, dimana “*Karappo No Sekai*” and “*Marianne*” adalah dua grup pertama yang memasuki dapur rekaman dengan aliran *psychedelic* dari negara ini.

Seperti di Inggris ataupun di Amerika, iklim *psychedelic rock* sangat berhubungan dengan gerakan politik yang melibatkan pemuda, semangat kaum terpelajar. Perbaikan ekonomi membawa banyak pemuda untuk belajar di universitas, yang penuh dengan politik yang radikal. Pusat gerakan ini, timbul dari revolusi mahasiswa Kyoto di akhir tahun 1960-an, maka muncullah band-band semacam *Les Rallizes Denudes* and *The Taj Mahal Travellers*, diikuti oleh *Lost Aaraaff*. Maka dari generasi inilah istilah *Japanese Space Rock* muncul.

Pada era 1970-an serta 1980-an saat gelombang *new wave* melanda dunia, Jepang pun melahirkan banyak musisi yang sangat kuat dengan *genre* ini. Sebut saja Kitaro, si raja perkusi yang punya banyak pengaruh serta menginspirasi banyak musisi di dalam maupun di luar Jepang dengan memunculkan *sound-sound* tradisional Jepang dibalut dengan nuansa modern.

Pada tahun 1970-an, penyanyi dan pencipta lagu seperti Kazuki Tomokawa dan Kan Mikami menjadi populer. Seperti di Amerika dan Inggris, *Japanese Rock* menimbulkan iklim *folk-rock*, yang dipimpin oleh *Magical Power*

*Mako*. Pada masa yang sama, *radical progressive rock* mulai muncul yang jelas berbeda dengan *band-band* yang lebih dulu eksis. *Band-band* yang mengusung aliran ini misalnya *After Dinner* dan *YB02*, *Kenso* dan *KoenjiHyakkei*. Masih di dekade yang sama muncul pula *High Rise* yang tampil musik punk secara brutal. Sementara yang lainnya ada juga *StoneHenge*, *Hydromastgroningen*, *Happy Family*, maupun Michio Kurihara yang merupakan pengikut dari *High Rise*.

Mulai akhir tahun 1980-an, gerakan pinggiran dalam *Japanese alternative rock* membawa bentuk *noise rock*, yang *sound*-nya dipopulerkan oleh band-band seperti *Southern All Stars*, yang memberi inspirasi berbagai grup-grup musik berikutnya seperti *Shonen Knife*, *the Boredoms*, *Tama* ataupun *Little Creatures*. Adapun yang menjadi kampiun elektronik musik di negara ini tak lain adalah *Yellow Magic Orchestra*.

Hingga tahun 1990-an *indie rock* dan *kitschy bands* seperti *Shonen Knife*, *Cibo Matto*, *Fantastic Plastic Machine* dan *Pizzicato Five* menemukan penonton setianya.

Sejak kesuksesan *X-Japan* dan *band-band Visual Kei* yang lain di tahun 1990-an, *Visual Kei* selalu menjadi fokus pembicaraan di Barat sebagai bagian dari iklim musik rock Jepang yang sangat unik. Tepatnya menyatakan walaupun *visual kei* tidak dapat didefinisikan dari *sound*-nya (dimana mungkin atau tidak mungkin menjadi musik rock) namun dari penampilan dari *band-band*nya.

Bisa jadi kegemaran musisi-musisi Jepang dalam mengolah pikiran mereka untuk membuat berbagai perpaduan ataupun sesuatu yang baru, menjadikan musik-musik yang dihasilkan benar-benar unik, segar sehingga

penikmat musik yang berada di luar Jepang berani memberi label *original*, yaitu *J-Rock*, musik yang hanya dipunyai oleh musisi Jepang.

Sekian banyak eksperimen-eksperimen yang dilakukan oleh musisi tersebut, namun yang paling sensasional bisa dilihat dari performa Gackt, seorang solois *J-Rock*. Musisi ini dengan berani menampilkan sebanyak 120 sample untuk memberi warna ke dalam *sound-sound* gitar, bass, serta drum dalam singlenya *Doom Days*. Suatu hal yang memang tidak lazim dan tidak mungkin dilakukan oleh musisi lainnya.

### **B.3. Sejarah musik *J-Rock* di Indonesia**

Musik *Japanese Rock (J-Rock)* mulai masuk atmosfir musik Indonesia terutama Jakarta pada pertengahan tahun 1990-an. Perlahan tetapi pasti, musik rock asal Jepang ini makin digemari kawula muda di tanah air.

*J-Rock* masuk ke Indonesia melalui *band-band indie* yang mencoba sesuatu yang baru dengan membawakan *soundtrack* film-film animasi yang sudah populer di Indonesia, seperti *Saint Seiya*, *Doraemon*, *Captain Tsubasa* atau *Samurai X*. Ini terjadi di era 1990-an. Gemuruh generasi pengusung *J-Rock* ini diawali oleh *Japanese Heroes* dan *Cartoon Heroes*, yang dengan bangga membawakan berbagai musik dari film-film animasi itu dengan sedikit *re-mix*.

Setelah itu, perkembangan aliran ini memang tidak sebaik aliran-aliran *indie* lainnya seperti *hardcore*, *punk*, *ska* atau pun *britpop*. Nama band-band pengusungnya pun tidak banyak yang bisa bicara di pentas musik nasional. Namun perlahan tetapi pasti, seiring dengan semakin banyaknya penggemar-penggemar *anime*, musik rock asal Jepang ini ikut juga digemari. Buktinya sudah

ada band Indonesia yang dengan lantang mendeklamasikan diri sebagai *J-Rock* band di jalur major label, yaitu *J-Rock Star* band, yang memulai karirnya melalui ajang kompetisi Nescafe Musik Asik. Tapi, selain itu masih banyak lagi band-band Indonesia yang memang khusus memainkan *J-Rock* tersebut.

#### **B.4. Keunikan Musik *J-Rock***

Banyak opini yang mengatakan apabila *J-Rock* itu banyak mengandung unsur Prancis (bukan Amerika atau Inggris, yang biasanya dijadikan kiblat kebudayaan dunia), seperti kostum yang dikenakan, nama group, ataupun lagu, hingga nuansa suram layaknya kesuraman film-film serta opera-opera Prancis. Itu memang tidak bisa dipungkiri, karena perkembangan musik di Jepang memang terkontaminasi kebudayaan pop di Eropa dan Amerika yang datang pada dekade 1970-an.

Sebut saja PLC atau *Psycho Le Cemu*, dari namanya grup ini memang mencitrakan negeri Napoleon, namun dari performanya mereka justru familiar dengan kostum-kostum *anime* serta cerita dongeng. Ada juga *L'Arc-en-Ciel*, yang dalam bahasa Jepangnya disebut *Laruku*, yang berarti pelangi. Terasa kental dengan nuansa Perancis.

Satu lagi yang menjadi ciri khas bagi banyak *hard-band* rock Jepang, yaitu *make up* super tebal yang dikenakan oleh personelnya. Bagi yang tak terbiasa melihat penampilan mereka mungkin merasa aneh, misalnya apabila melihat penampilan band-band seperti *X-Japan* yang sudah melegenda. Band ini sudah telanjur lekat dengan gaya *dark side*-nya yang menggunakan *make up* tebal serta *performance*-nya di atas panggung. *Band* ini lebih condong tampil dengan

gaya rock pada umumnya yaitu suara musik yang hingar-bingar serta suara vokal yang melengking. Performanya sekilas hampir dapat disamakan dengan penampilan grup musik *Kiss*, baik dari musik yang dimainkan maupun gaya yang ditampilkan, *full make up*.

Dari grup inilah mulai timbul istilah *Visual Kei*, yaitu ciri khas yang seolah hadir di setiap grup musik Jepang saat ini. Penampilan *make up* tebal yang cenderung feminin, ditambah aksesoris serta penampilan panggung yang tak kalah flamboyan adalah ciri khas *visual kei* ini. Namun sesungguhnya musik yang dimainkan jauh bertolak belakang dari penampilan ayu tersebut.

Segala keunikan, nuansa glamor, bahkan ada yang cenderung aneh, justru menjadi suatu hal yang mempesona dan banyak ditiru oleh musisi di luar Jepang. Sepertinya tidak ada kata mati dalam pemilihan gaya setiap *performance* yang ditampilkan. Dari mulai kostum klasik seperti kerajaan, *anime*, futuristik, ataupun yang feminin, semuanya seperti membawa aura tersendiri untuk menggambarkan *Japanese Rock* yang sesungguhnya.

### **B.5. Hubungan antara *J-Rock* dengan *Anime***

*J-Rock* dan *anime* adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, laksana sekeping mata uang yang mempunyai dua sisi, namun keduanya adalah satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Dapat dilihat bagaimana Gackt mengambil karakter Kenshin, *Samurai X*, sebagai gayanya. Sementara itu serial animasi DNA 2, mengambil lagu *L'Arc-en-Ciel*, *Blurry Eyes* sebagai pembukanya.

Memang tidak salah apabila *J-Rock* dan *anime* saling berhubungan. Sebelum sebuah *anime* diproduksi, biasanya si produser sudah mencari musisi

mana yang kiranya pantas akan mengisi *soundtrack* dalam film tersebut. Kerjasama yang terjalin antara produser film serta perusahaan rekaman pada akhirnya akan bersifat simbiosis mutualisme, yaitu saling memberi keuntungan, yang juga akan berimbas pada si musisi itu sendiri. Musisi yang sudah punya nama akan semakin dikenal, sementara musisi yang baru memulai debutnya tentunya akan mudah diingat dengan kehadiran lagunya di film *anime* tersebut. Banyak pula musisi yang karirnya berawal dari sini.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bersentuhan dengan penelitian kualitatif, tidak lengkap rasanya apabila belum membahas paradigma penelitian yang merupakan kerangka filosofi yang akan digunakan dalam penelitian. Pengertian paradigma sendiri adalah serangkaian proposisi (pernyataan) yang menerangkan bagaimana dunia dan kehidupan dipersepsikan. Paradigma berisi cara pandang untuk menyederhanakan kompleksitas dunia nyata, dan oleh karena itu, dalam konteks pelaksanaan penelitian, paradigma memberi gambaran pada kita mengenai apa yang penting, apa yang dianggap mungkin serta sah untuk dilakukan, juga apa yang dapat diterima oleh akal sehat (Patton, 1990 dalam Poerwandari, 2001:11).

Thomas Kuhn (1970) dalam Neuman (2000: 62) menyatakan bahwa paradigma adalah suatu orientasi dasar terhadap teori dan penelitian. Dalam konteks penelitian, secara umum Neuman (2000: 62) menyatakan bahwa paradigma penelitian disebut sebagai keseluruhan sistem berpikir yang meliputi asumsi dasar, pertanyaan penting yang hendak dijawab, teknik penelitian yang akan digunakan, dan contoh tentang penelitian ilmiah yang baik.

Peneliti selalu terikat dengan kerangka epistemologis dan ontologis yang diyakini atau yang diambilnya saat meneliti, baik hal itu disadari atau tidak. Epistemologi membicarakan "bagaimana kita mengetahui dunia?" bagaimana hubungan antara pencari dan apa yang ia ketahui? Ontologi mempertanyakan

tentang dasar dari asal realitas (Denzin, 1994: 99) Paradigma yang diyakini, terlepas dari hal tersebut tepat atau kurang tepat, dengan sendirinya bersifat *self-validating* (Poerwandari, 2001:11). Menurut Sarantakos (1993), ada dua paradigma besar yang mendasari perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu-ilmu sosial dan ilmu tentang manusia, yakni paradigma positivistik dan paradigma interpretif. Selain kedua paradigma tersebut, Sarantakos masih menyebutkan satu paradigma lagi yaitu paradigma kritikal, yang menyusul berkembang dan memberikan banyak masukan bagi ilmu pengetahuan. (Poerwandari, 2001:11). Ketiga paradigma dan perbedaannya diilustrasikan dalam tabel berikut,

**Tabel 1. Perbandingan Paradigma Penelitian**

<b>KRITERIA</b>	<b>POSITIVISME</b>	<b>FENOMENOLOGIS/ INTERPRETIF</b>	<b>KRITIKAL</b>
<b>REALITAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objektif, diluar individu</li> <li>• Dipersepsi melalui indera</li> <li>• Dipersepsi seragam</li> <li>• Diatur oleh hukum-hukum universal</li> <li>• Terintegrasi dengan baik untuk kebaikan semua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjektif</li> <li>• Diciptakan, bukan ditemukan</li> <li>• Diinterpretasikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berada diantara subjektivitas dan objektivitas</li> <li>• Merupakan suatu hal kompleks</li> <li>• Diciptakan manusia, bukan ada dengan sendirinya</li> <li>• Berada dalam ketegangan, penuh kontradikasi</li> <li>• Didasari penekanan dan eksploitasi terhadap pihak yang posisinya lemah</li> </ul>



<b>MANUSIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasional</li> <li>• Mengikuti hukum diluar diri</li> <li>• Tidak memiliki kebebasan kehendak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pencipta dunia</li> <li>• Memberi arti pada dunia</li> <li>• Tidak dibatasi hukum diluar diri</li> <li>• Menciptakan rangkaian makna (<i>system of meaning</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinamis, pencipta nasib</li> <li>• Dicuci otak (<i>Brain-washed</i>), diarahkan secara tidak tepat, dikondisikan</li> <li>• Dihalangi dari realisasi potensinya secara utuh</li> </ul>
<b>ILMU</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Didasarkan pada hukum dan prosedur ketat</li> <li>• Deduktif</li> <li>• Nomotetis (mencari hukum-hukum umum)</li> <li>• Didasarkan pada impresi indera</li> <li>• Bebas nilai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Didasari pengetahuan sehari-hari</li> <li>• Induktif</li> <li>• Idiografis</li> <li>• Didasarkan pada interpretasi</li> <li>• Tidak bebas nilai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diantara positivistik dan interpretif, kondisi-kondisi sosial membentuk kehidupan, tetapi hal tersebut dapat diubah</li> <li>• Membebaskan, memampukan</li> <li>• Menjelaskan dinamika sistem-sistem yang ada dan berkembang dalam masyarakat</li> <li>• Tidak bebas nilai</li> </ul>

(Sumber: Poerwandari, 2001:14-15)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologis-interpretif. Paradigma fenomenologi berusaha untuk mengidentifikasi makna esensial dari pengalaman. Paradigma ini memberikan kesempatan untuk menggambarkan, menginterpretasikan dan memahami maksud secara lebih mendalam pada level general maupun hal yang unik. Pengalaman dikaji dari banyak perspektif hingga esensi dari fenomena dapat digambarkan. Pertimbangan dipilihnya paradigma ini adalah,

- a. Penelitian kualitatif dekat dengan asumsi-asumsi paradigma fenomenologis-interpretif (Poerwandari, 2001:15)
- b. Pendekatan kualitatif mencoba menerjemahkan pandangan-pandangan dasar interpretif dan fenomenologis yang antara lain :

1. Realitas sosial adalah sesuatu yang subjektif dan diinterpretasikan, bukan sesuatu yang lepas diluar individu-individu
2. Manusia tidak secara sederhana disimpulkan mengikuti hukum-hukum alam diluar diri, melainkan menciptakan rangkaian makna menjalani hidupnya
3. Ilmu didasarkan pada pengetahuan sehari-hari, bersifat induktif, idiografis dan tidak bebas nilai
4. Penelitian bertujuan untuk memahami kehidupan sosial (Sarantakos, 1993 dalam Poerwandari, 2001:16).

Paradigma interpretif memberikan implikasi bagi peneliti untuk menggunakan metode ilmiah yang mampu menangkap makna dari fenomena kehidupan manusia secara mendalam demi menggambarkan intisari permasalahan dengan lengkap. Pendekatan yang digunakan kemudian dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Karakteristik dari penelitian deskriptif adalah (Neuman, 2000:22),

1. Memberikan detail dan gambaran yang akurat
2. Menempatkan data baru yang bisa jadi berlawanan dengan data lama
3. Menciptakan kategori dan tipe klasifikasi
4. Mengklarifikasi konsekuensi dari tahap atau langkah
5. Mendokumentasikan proses atau mekanisme sebab akibat
6. Melaporkan pada *background* atau konteks dari sebuah situasi

Pendekatan terhadap permasalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Kasus sendiri didefinisikan sebagai fenomena khusus yang hadir dalam suatu konteks yang terbatas (*bounded context*), meski batas-batas

antara fenomena dan konteks tidak sepenuhnya jelas (Poerwandari, 2001:65). Kasus juga dapat berupa individu, peran, kelompok kecil, organisasi, komunitas, atau bahkan suatu bangsa. Kasus dapat pula berupa keputusan, kebijakan, proses, atau suatu peristiwa khusus tertentu. Kasus yang berupa unit, dapat terdiri dari individu-individu, karakteristik atau atribut dari individu-individu, aksi dan interaksi, peninggalan atau artefak perilaku, setting, serta peristiwa atau insiden tertentu (Punch dalam Poerwandari, 2001:65). Kasus dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen musik *Japanese Rock (J-Rock)*.

Sedangkan definisi studi kasus sendiri menurut Robert Yin (1996) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas; dan dimana sumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2003:18).

Tipe dari studi kasus yang dipilih dalam penelitian ini adalah studi kasus instrinsik. Studi kasus instrinsik adalah penelitian yang dilakukan karena ketertarikan atau kepedulian pada suatu kasus khusus. Penelitian dilakukan untuk memahami secara utuh kasus tersebut, tanpa harus dimaksudkan untuk menghasilkan konsep-konsep/teori ataupun tanpa upaya menggeneralisasi (Poerwandari, 2001:65). Tipe ini digunakan karena penelitian ini merujuk pada kondisi tertentu dalam konteks ruang dan waktu. Selanjutnya mengeksplorasi tema yang dianggap penting dalam penelitian ini, yaitu loyalitas konsumen musik *Japanese Rock (J-Rock)*.

Hartson & Hunt (1976) membedakan studi kasus dalam dua model, yaitu studi retrospektif dan studi prospektif (Hartson & Hunt dalam Muhadjir, 2002:56). Peneliti menggunakan model studi prospektif. Studi prospektif mengambil objek

normal, baik individu, kelompok, atau satuan sosial lain. Studi kasus prospektif digunakan untuk keperluan penelitian, mencari kesimpulan, dan diharapkan dapat ditemukan pola, arah, kecenderungan, dan lainnya (Muhadjir, 2002:56).

### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah loyalitas konsumen musik Japanese Rock (*J-Rock*). Loyalitas di sini dilihat dari kaca mata konsumen dan mengetahui bagaimanakah munculnya loyalitas terhadap aliran musik *J-Rock* ini, apa yang mendorong mereka untuk menjadi loyal terhadap aliran musik *J-Rock* ini, bagaimanakah cara konsumen musik *J-Rock* untuk mengekspresikan loyalitas mereka terhadap aliran musik ini. Semuanya dilihat dari kacamata individu sebagai konsumen dan memandang individu tersebut sebagai orang yang memiliki keunikan masing-masing.

Loyalitas dalam penelitian ini juga dipandang sebagai suatu proses psikologis yang melibatkan unsur kognitif dan emosi di dalamnya. Dapat dilihat bagaimana seseorang menjadi terikat pada suatu produk, dalam hal musik *Japanese Rock (J-Rock)*. Individu tersebut dapat terikat secara emosi hingga ke arah fanatik. Pembatasan pembahasan loyalitas hanya pada level individu ini, dilakukan untuk lebih mengungkap sisi-sisi psikologis individu sebagai konsumen yang kurang dapat diungkap dalam penelitian kuantitatif.

### **C. Subjek Penelitian**

Prosedur pemilihan subjek/sumber data dalam penelitian kualitatif umumnya menampilkan karakteristik (1) diarahkan tidak pada jumlah sampel yang besar, melainkan pada kasus-kasus tipikal sesuai kekhususan masalah

penelitian; (2) tidak ditentukan secara kaku sejak awal, tetapi dapat berubah baik dalam hal jumlah maupun karakteristik sampelnya, sesuai dengan pemahaman konseptual yang berkembang dalam penelitian, dan (3) tidak diarahkan pada keterwakilan (dalam arti jumlah/peristiwa acak) melainkan pada kecocokan konteks (Sarantakos, 1993, dalam Poerwandari, 2001:57-58). Subjek penelitian ini ditentukan secara purposif. Kriteria subjek pada penelitian ini ditentukan berdasarkan kasus tipikal. Kasus yang diambil adalah kasus yang dianggap mewakili kelompok normal dari fenomena yang diteliti. Subjek penelitian yang ditentukan, dianggap dapat mewakili keseluruhan fenomena yang diteliti (Patton, 1990 dalam Poerwandari, 2001:59). Kriteria utama dari subjek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengenal musik *Japanese Rock*

Subjek penelitian ini diharapkan minimal telah mengenal musik *Japanese Rock* ini.

2. Loyal terhadap aliran musik *Japanese Rock*

Termasuk konsumen yang loyal terhadap musik *J-Rock*, hal ini ditunjukkan dengan kepemilikan koleksi yang berkaitan dengan musik *J-Rock* tersebut, seperti berupa kaset, *CD audio*, *Video CD*, poster, majalah, ataupun keanggotaan terhadap komunitas penggemar musik *J-Rock*.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara mendalam (*depth interview*) dan observasi dengan atau terhadap subjek penelitian yang terpilih. Keduanya dapat dirinci sebagai berikut:

## 1. Wawancara

Menurut Banister dkk. (Poerwandari, 2001:75), wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu-isu lain yang berkaitan dengan topik tersebut.

Beberapa model wawancara menurut Patton (dalam Poerwandari, 2001:75), antara lain:

### a. Wawancara konvensional yang informal:

Proses wawancara didasarkan sepenuhnya pada berkembangnya pertanyaan-pertanyaan secara spontan dalam interaksi alamiah. Tipe wawancara demikian umumnya dilakukan peneliti yang melakukan observasi partisipatif. Situasi demikian membuat orang-orang yang diajak bicara kemungkinan tidak menyadari bahwa ia sedang diwawancarai secara sistematis untuk menggali data.

### b. Wawancara dengan pedoman umum:

Proses wawancara ini dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, yang mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tanpa bentuk pertanyaan eksplisit. Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang dibahas, sekaligus menjadi daftar pengecek apakah aspek-aspek relevan tersebut telah ditanyakan atau dibahas.

c. Wawancara dengan pedoman terstandar yang terbuka:

Wawancara ini menggunakan pedoman yang ditulis secara rinci, lengkap dengan set pertanyaan dan penjabarannya dalam kalimat.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara dengan pedoman umum. Isu-isu yang bersifat umum ditetapkan untuk menjaga perkembangan pembicaraan dalam wawancara tetap dalam fokus penelitian. Selain itu, tema pertanyaan yang akan dijawab subjek adalah tema yang masih bisa berkembang dalam pelaksanaan wawancara nantinya. Setiap subjek dapat memiliki tingkat loyalitas yang berbeda-beda dan pola pembentukannya yang berbeda pula, sehingga pengembangan pertanyaan wawancara yang menyesuaikan dengan kehidupan subjek sangat diperlukan. Jadi, pedoman umum untuk pertanyaan awal wawancara akan dibuat sama, sedangkan perkembangan berikutnya akan menyesuaikan dengan kekhasan di lapangan pada masing-masing subjek.

Alat yang digunakan dalam wawancara adalah *tape recorder*. Hasil rekaman dari *tape recorder* kemudian diketik dalam bentuk transkrip hasil wawancara (*verbatim*) dan hasil inilah yang kemudian dianalisis lebih lanjut.

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang paling umum dilakukan oleh peneliti, utamanya yang meneliti tentang perilaku manusia. Observasi merupakan metode untuk menangkap fenomena subjek dari *point of view* peneliti. Penggambaran setting yang dipelajari, aktivitas yang berlangsung, orang-orang

yang terlibat dalam aktivitas, dengan cara melihat kejadian dari perspektif peneliti (Poerwandari, 2001:64).

Observasi mempunyai peran penting dalam mengungkap realitas subjek. Intensitas hubungan subjek dengan bagaimana subjek berperilaku ketika bersosialisasi dengan orang lain ataupun dengan peneliti ketika wawancara maupun di luar wawancara merupakan pembanding yang baik dengan hasil wawancara dalam mengidentifikasi dinamika yang terjadi dalam diri subjek. Berbagai pertimbangan tersebut menjadikan pilihan observasi yang dilakukan adalah jenis observasi yang terbuka, dimana diperlukan komunikasi yang baik dengan lingkungan sosial yang diteliti, sehingga mereka dengan sukarela dapat menerima kehadiran peneliti atau pengamat. Selain itu, observasi yang dilakukan juga merupakan observasi yang tidak berstruktur, dimana peneliti tidak mengetahui dengan pasti aspek-aspek apa yang ingin diamati dari subjek penelitian. Konsekuensinya, peneliti harus mengamati seluruh hal yang terkait dengan permasalahan penelitian dan hal tersebut dianggap penting.

Data yang berasal dari hasil observasi yang bersifat umum, akan dipaparkan untuk memperkaya deskripsi. Sedangkan data observasi yang khas (berkaitan secara signifikan dengan permasalahan penelitian), akan dijadikan pembanding atau pendukung data wawancara (hasil *coding*).

#### **E. Analisis Data**

Analisa data terdiri dari beberapa sub proses (Miles & Huberman, 1984, 1994) yaitu: reduksi data, penampilan data, dan penggambaran kesimpulan atau verifikasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis



tematik dengan melakukan koding terhadap hasil transkrip wawancara yang telah diverbatim.

Koding adalah pengorganisasian data kasar ke dalam kategori-kategori konseptual dan pembuatan tema-tema atau konsep-konsep, yang digunakan untuk menganalisis data. Pada penelitian kualitatif, koding dilakukan terhadap semua data yang dikumpulkan. Koding adalah dua aktivitas yang dilakukan secara simultan: reduksi data secara mekanis dan kategorisasi data secara analitis ke dalam tema-tema (Neuman, 2000)

Koding terdiri dari tiga langkah yaitu: 1) *Open coding*, adalah koding pertama kali yang dilakukan dari keseluruhan data kasar yang didapatkan (hasil verbatim wawancara). 2) *Axial coding*, adalah pengorganisasian data hasil *open coding* untuk dikembangkan ke arah beberapa proposisi. 3) *Selective coding*, adalah Penyeleksian kategori inti dan kaitannya dengan kategori lain, sehingga dapat diketahui dan dijelaskan mana yang menjadi inti atau pusat dari konsep atau kategori lainnya (Newman, 2000). Penelitian ini hanya memakai langkah pertama dalam koding, yaitu *open coding*. Selanjutnya data akan diolah berdasarkan langkah-langkah/prosedur yang telah ditetapkan.

### **Prosedur Analisis**

Georgi (1997) telah merumuskan sebuah metode fenomenologi di dalam psikologi yang terdiri dari tiga bagian: (a) reduksi (*reduction*), yaitu mengabaikan teori dan pengetahuan lain tentang bagaimanapun fenomena terjadi, tapi dengan konsentrasi pada materi yang menjadi pegangan untuk mengetahui hal yang relevan; (b) deskripsi (*description*), yaitu mendeskripsikan lebih baik daripada

menginterpretasikan materi; (c) mencari esensi (*seeking the essence*), yaitu dengan konsentrasi yang tinggi mendeskripsikan untuk mencapai struktur yang esensial. Analisis data dari studi yang disajikan ini berdasarkan pada metode *Empirical Phenomenological Psychological* (EPP) yang dikembangkan oleh Gunnar Karlsson (1993), berdasarkan hasil kerja dari Giorgi.

Metode Karlsson untuk studi fenomenologi bertujuan pada pendeskripsian struktur dari makna fenomena. Metode ini lebih dipilih daripada metode fenomenologi yang lain karena metode ini dikembangkan, khususnya untuk riset dalam fenomenologi psikologi (Friman dkk., 2004). Metode ini juga telah memenuhi syarat utama bagi penggunaan metode fenomenologis, yaitu usaha membebaskan diri dari praduga-praduga atau pengandaian-pengandaian (Misiak & Sexton, 1988:12).

Metode berisi elemen hermeneutik untuk kedua teks, yaitu material dan *observer* atau *interviewer*. Pada analisis (yaitu selama keseluruhan periode pengujian), keinginan untuk membaca secara lebih mendalam harus tetap terbuka dan membatasi dari opini yang bias agar tetap terjaga kesatuan dengan materi yang dipelajari, “menjadi satu dengan materi”. Analisis data ini ditunjukkan dalam lima langkah yang dideskripsikan berikut ini.

#### **a. Langkah 1**

Peneliti membaca beberapa kali (minimal dua kali) transkrip dari masing-masing subjek hingga mengetahui secara baik, mengerti dan merasakan materi yang telah dicapai. Fokus dari membaca ini adalah untuk memunculkan fenomena psikologi yang relevan, tetapi tanpa tujuan pengetesan validitas dari hipotesis.

**b. Langkah 2**

Peneliti membedakan unit kecil yang disebut *meaning units* (MU). Ini tidak mengikuti aturan *grammar*, tetapi sebagai teks pengganti. Pada langkah kedua ini berarti pemilahan telah dibuat.

**c. Langkah 3**

Peneliti mentransformasikan masing-masing MU dari bahasa subjek ke dalam bahasa peneliti. Bahasa subjek dirumuskan ke dalam bahasa yang relevan dengan pertanyaan penelitian (dengan kata-kata peneliti sendiri). Tidak ada aturan yang membatasi bahasa peneliti; bagaimanapun, bahasa sehari-hari lebih baik untuk kondisi psikologis.

**d. Langkah 4**

Peneliti mensintesis transformasi MU kedalam struktur yang tersituasikan (format rangkuman). Kategori ini mungkin kelihatan nyaris berbeda tergantung pada fenomena yang dijadikan referensi. Seorang mendeskripsikan bagaimana (*noesis*) fenomena diekspresikan, mengekspresikan dirinya dan apa (*noema*) fenomenanya.

**e. Langkah 5**

Peneliti bergerak dari struktur yang tersituasikan kepada sebuah tema atau struktur yang lebih umum. Level abstraksi untuk penyajian hasil, ditentukan berdasarkan prinsip yang jelas, sehingga dicapai hasil tanpa detail yang terlalu luas. Tujuannya adalah untuk direfleksikan pada level yang lebih abstrak. Hasil dari analisis ditunjukkan dalam form dari kategori yang berbeda secara

kualitatif yang mana akan diterangkan dan dicontohkan dengan merujuk pada kutipan yang diturunkan dari materi empiris.

Kelima langkah di atas seharusnya tidak dikonsepsikan sebagai aturan yang kaku untuk diikuti. Selanjutnya akan diadaptasi berdasarkan fenomena yang dipelajari dan kondisi dari materi. Keseluruhan lima langkah tersebut dilakukan berulang-ulang. Metode analisis data yang digunakan dalam studi ini juga berguna untuk meningkatkan pemahaman terhadap masalah, misalnya mengerti apa jenis pengalaman yang dipersepsikan oleh subjek dan bagaimana mereka mengalaminya. Metode EPP diharapkan akan membuat subjek mendeskripsikan pengalaman hidup mereka, sehingga karakteristik dan esensi dari fenomena dapat dideskripsikan dengan pemahaman yang lebih baik. Selain itu, analisis dengan EPP merupakan prosedur pengolahan data dengan ketat (*rigorous procedure*) untuk tetap menjaga netralitas empatik sehingga hasil olahan data akan lebih kredibel.

#### **F. Validitas dan reabilitas Penelitian**

Penelitian dengan metode kualitatif seringkali tidak memperoleh penghargaan sebesar yang dinikmati oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif karena anggapan kurang ilmiahnya penelitian kualitatif (Poerwandari, 2001: 100). Penelitian kualitatif tidak jarang dianggap lebih merefleksikan kerja seni, tidak menghasilkan data yang tetap dan terukur jelas, serta subjektif. Dalam situasi yang demikian Marshall dan Rosman (1995) menyarankan bahwa peneliti kualitatif justru harus memberikan perhatian lebih besar pada isu validitas dan kualitas penelitiannya. Validitas dalam penelitian kualitatif seringkali disebut

sebagai kredibilitas. Sementara itu reliabilitas sering disebut sebagai dependabilitas.

Untuk meningkatkan kredibilitas dan dependabilitas penelitian ini maka dilakukan triangulasi. Triangulasi mengacu pada upaya mengambil sumber-sumber data yang berbeda untuk menjelaskan suatu hal tertentu. Data dari berbagai sumber berbeda dapat digunakan untuk mengelaborasi dan memperkaya penelitian. Data yang berasal dari sumber berbeda, dengan teknik pengumpulan yang berbeda pula akan menguatkan derajat manfaat studi pada setting yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan triangulasi data, yaitu digunakannya variasi sumber data yang berbeda (Patton, 1990 dalam Poerwandari, 2001:109). Selain mendapatkan data dari subjek, penelitian ini juga mendapatkan data dari seorang narasumber yang dianggap ahli mengenai musik Jepang, khususnya musik J-Rock yang menjadi fokus penelitian ini. Data hasil analisis dari subjek penelitian akan dibandingkan dengan data keterangan narasumber yang dianggap ahli tersebut guna mendapatkan koherensi tentang data yang didapat di lapangan dengan data yang berasal dari kacamata ahli.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih empat bulan, dimulai sejak bulan September 2005 dan berakhir pada bulan Desember 2005. Adapun waktu penelitian ini dihitung sejak proses pencarian subjek penelitian hingga disusunnya laporan hasil penelitian ini secara bertahap. Waktu penelitian ini adalah waktu efektif. Setiap tahapan yang terjadi tidak berjalan secara mutlak, namun bisa diselingi dengan tahap selanjutnya, demi efektivitas waktu, tanpa mengurangi esensi dari penelitian itu sendiri.

Kendala yang berarti tidak banyak ditemui dalam penelitian ini. Hanya saja waktu pengambilan data agak bergeser dari waktu yang ditetapkan oleh peneliti. Hal ini terjadi karena seringnya ketidakcocokan waktu antara peneliti dengan subjek penelitian.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap yang pertama adalah penentuan karakteristik subjek penelitian. Penelitian ini ingin mengetahui loyalitas seseorang terhadap aliran musik tertentu (*Japanese Rock*). Batasan usia maupun batasan waktu mengenal aliran musik tertentu ini belum dapat digunakan untuk mengetahui loyalitas seseorang. Akhirnya disusunlah beberapa kriteria untuk subjek penelitian berdasarkan apa yang telah diuraikan dalam Bab III.

Tahap kedua adalah penelusuran informasi tentang subjek penelitian. Hal ini pertama kali dilakukan peneliti dengan media internet, sambil peneliti mencari sumber ataupun literatur yang relevan dengan penelitian ini. Melalui situs

[www.friendster.com](http://www.friendster.com), peneliti mencari orang-orang yang mempunyai kesenangan terhadap musik *Japanese Rock (J-Rock)*, untuk kemudian mengirim mereka *e-mail* yang berisi informasi tentang penelitian ini dan kebutuhan akan subjek penelitian. Peneliti juga menemukan sebuah perkumpulan orang-orang penggemar Jepang di internet. Kemudian peneliti juga mengirimkan *e-mail* kepada beberapa orang anggota serta beberapa band anggotanya yang mengusung aliran musik *Japanese Rock (J-Rock)*, namun semuanya tidak membuahkan hasil. Baru kira-kira dua minggu kemudian muncul jawaban atas *e-mail* peneliti yang dikirim seorang laki-laki, mahasiswa perguruan tinggi swasta di Surabaya. Ia mengaku penyuka musik *J-Rock* namun ia merasa masih belum cukup 'gila' terhadap aliran musik tersebut. Ia kemudian merekomendasikan seorang yang ia kenal sebagai penggemar sejati *J-Rock*, seorang perempuan, mahasiswi sebuah perguruan tinggi swasta terkenal di Surabaya. Ia memberikan alamat *e-mail* perempuan tersebut. Akhirnya peneliti pun berkirim *e-mail* kepada perempuan tersebut dan menyatakan kebutuhan peneliti akan subjek penelitian. Ternyata perempuan tersebut bersedia untuk menjadi subjek penelitian ini, dan perempuan tersebut selanjutnya di dalam penelitian ini disebut sebagai subjek CH (subjek IV).

Setelah dunia internet hanya membuahkan seorang subjek saja, maka peneliti menggunakan *networking* yang dimiliki oleh peneliti untuk menemukan subjek penelitian. Peneliti kemudian menghubungi teman-teman peneliti, menyatakan membutuhkan subjek dengan kriteria penyuka musik *J-Rock*. Hal ini ternyata membuahkan hasil, salah seorang teman satu kampus peneliti yang mengikuti les bahasa Jepang menyatakan bahwa ia mempunyai teman yang sesuai dengan kriteria yang peneliti butuhkan, sehingga subjek penelitian ini bertambah

satu lagi, yang dalam penelitian ini disebut sebagai subjek AY (subjek II). Seorang perempuan yang sedang kuliah program spesialis di Fakultas Kedokteran Gigi sebuah universitas negeri di Surabaya.

Kemudian peneliti menghubungi salah seorang teman peneliti yang lain, penyuka hal-hal “berbau” Jepang seperti *anime* dan *manga* dan peneliti menyampaikan kebutuhan peneliti terhadap subjek penelitian penyuka musik *JapaneseRock (J-Rock)*. Ia pun mengatakan bila teman kosnya ada yang mempunyai kriteria seperti diinginkan peneliti, dan kebetulan teman kosnya itu adalah pemain band yang mengusung aliran musik *JapaneseRock (J-Rock)*. Subjek penelitian pun bertambah satu lagi, yaitu subjek HE (subjek I). Sedangkan subjek penelitian yang satu lagi didapatkan peneliti atas rekomendasi subjek HE. Subjek yang terakhir ini kebetulan adalah teman satu band subjek HE, yang diakui subjek HE lebih “gila” terhadap musik *J-Rock* apabila dibandingkan dengan dirinya. Selanjutnya dalam penelitian ini kita kenal dengan sebutan subjek RA (subjek III). Urutan subjek di atas tidak didasarkan pada urutan peneliti dalam memperoleh subjek, melainkan urutan peneliti dalam memulai melakukan penggalan data (wawancara dan observasi) terhadap subjek.

Tahap selanjutnya atau tahap yang ketiga adalah tahap pengumpulan data yang berupa wawancara langsung disertai dengan observasi. Namun sebelum tahap ini dilakukan, terlebih dahulu disusun sebuah pedoman wawancara yang menjaga agar penggalan data ini tetap fokus pada data-data yang ingin diungkap. Pedoman wawancara tersebut tidak berlaku mutlak, namun menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lapangan.



Pada tahap wawancara inilah sering terjadi kendala dalam penelitian ini, yaitu ketidakcocokan waktu antara peneliti dengan subjek. Seringkali karena kesibukannya, subjek secara tiba-tiba membatalkan janji wawancaranya dan menggantinya dengan hari lain. Atau terkadang subjek janji akan memberi kabar, namun tak kunjung memberikan kabar hingga dalam waktu yang lama. Pada tahap ini, peneliti dituntut untuk lebih aktif dalam menghubungi atau sekadar mengingatkan subjek akan janji wawancara dengan peneliti. Tahap pengumpulan data yang tadinya dijadwalkan hanya 1 bulan terpaksa molor hingga 2 bulan. Adapun proses pengambilan data untuk penelitian ini dapat diadministrasikan sebagai berikut:

**Tabel 2. Jadwal Pengambilan data**

<b>Identitas</b>	<b>Tempat</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
Subjek I (HE), laki-laki berusia 25 tahun, telah suka musik <i>J-Rock</i> selama 5 tahun	Ruang Kasuistik 6 Fakultas Psikologi Unair	12 Oktober 2005 Pukul 11.15 – 12.00	Observasi dan wawancara
	Kamar kos subjek	19 Oktober 2005 Pukul 10.30 – 12.20	Observasi dan wawancara
Subjek II (AY), perempuan berusia 28 tahun, telah suka musik <i>J-Rock</i> selama 7 tahun	Ruang tamu rumah kos subjek	21 Oktober 2005 Pukul 16.10 – 17.20	Observasi dan wawancara
	Teras rumah kos subjek	11 November 2005 Pukul 16.30 – 17.30	Observasi dan wawancara
Subjek III (RA), laki-laki berusia 21 tahun, telah suka musik <i>J-Rock</i> selama 8 tahun	Studio musik di rumah subjek	26 Oktober 2005 Pukul 15.15 – 16.30	Observasi dan wawancara
	Studio musik di rumah subjek	16 November 2005 Pukul 18.00 – 18.45	Observasi dan wawancara
Subjek IV (CH), perempuan berusia 19 tahun, telah suka musik <i>J-Rock</i> selama 2 tahun	Sudut lantai 2 kampus subjek	27 Oktober 2005 Pukul 15.15 – 16.45	Observasi dan wawancara
	Lobby lantai 2 Kampus subjek	1 November 2005 Pukul 15.40 – 16.20	Observasi dan wawancara

Tahap yang keempat adalah penulisan transkrip wawancara. Untuk keefektifan waktu, penulisan transkrip wawancara tidak menunggu semua wawancara semua subjek selesai. Namun penulisan transkrip wawancara

dilakukan sesegera mungkin setelah proses wawancara seorang subjek, asalkan tidak mengganggu proses wawancara yang lain. Proses observasi terhadap subjek dilakukan selama proses wawancara dengan membuat catatan-catatan kecil secara sederhana dan hal ini langsung disalin sesegera mungkin agar tidak lupa.

Setelah semua hasil wawancara telah ditulis dalam bentuk transkrip, maka kepada transkrip-transkrip wawancara tersebut dilakukan koding. Setelah koding ini selesai barulah bisa dilakukan analisis terhadap penelitian ini menggunakan metode EPP (*Empirical Phenomenological Psychological*) yang penjelasan maupun tahapan-tahapannya telah dijelaskan pada Bab III.

## **B. Gambaran Lingkup penelitian**

Penelitian ini tidak spesifik dilakukan pada daerah tertentu, namun yang dititik beratkan di dalam penelitian ini adalah suatu fenomena tentang loyalitas penggemar musik *Japanese Rock (J-Rock)*. Penelitian ini berfokus pada orang-orang yang benar-benar menggemari musik-musik *Japanese Rock* hingga saat ini. Adapun lokasi penelitian maupun waktu penelitian dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap penelitian ini, karena yang terpenting dalam penelitian ini adalah konteks kejadian kasus yang diteliti. Ini juga mengacu pada kenyamanan subjek untuk melakukan proses penggalan data.

Penelitian pertama terhadap subjek I (HE) dilakukan sebanyak dua kali. Pada pertemuan pertama, wawancara dan observasi dilakukan di ruang kasuistik 6 Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, kampus peneliti. Ruangan yang kira-kira berukuran 2x2 meter tersebut, di dalamnya berisi 1 buah meja dan 2 buah kursi yang saling berhadapan. Ruang tersebut memang biasa digunakan

untuk wawancara maupun konseling. Ruang tersebut tersebut bercat hijau muda, terdapat jendela yang menghadap ke bagian belakang gedung yang kebetulan terdapat kantin, namun jendela tersebut ditutup dengan tirai berwarna hijau agak tua. Di ruang tersebut sebenarnya terdapat *exhaust fan*, namun tidak berfungsi. Tempat ini dipilih karena memang pada saat sebelum wawancara, subjek ada keperluan di kampus, dan kebetulan gedung Fakultas subjek dan peneliti bersebelahan. Hambatan dalam penelitian ini adalah masalah suhu ruangan yang agak panas adanya suara keramaian kantin.

Pertemuan yang kedua, masih untuk penelitian yang pertama ini dilakukan di tempat kos subjek, tepatnya di kamar teman kos subjek. Tempat ini dipilih karena kamar kos subjek yang sekiranya akan dipakai sebagai lokasi penelitian ternyata sedang dipakai beberapa teman subjek untuk menonton televisi. Kamar tersebut memiliki kondisi yang sederhana. Terdapat tempat tidur tanpa kasur di dalamnya, hanya beralaskan kayu triplek. Rak buku berada tepat di sebelahnya. Ruang tersebut juga berisi rak kayu bersusun yang agak besar yang di berisi tumpukan kardus, yang di sebelahnya terdapat meja yang berisi peralatan makan serta bahan makanan. Kemudian di sebelahnya lagi terdapat lemari pakaian. Terdapat juga seperangkat komputer yang dalam keadaan *off* di dalam kamar itu. Perabotan dalam kamar tersebut memang ditata di pinggir-pinggir ruangan sehingga bagian tengah ruangan tampak lapang. Kendala yang terjadi selama peneliti melakukan penelitian di tempat ini adalah adanya gonggongan anjing dengan frekuensi yang sering sehingga mengganggu proses wawancara.

Penelitian kedua dilakukan di rumah kos subjek II (AY), namun antara pertemuan pertama dan kedua berbeda tempatnya. Pertemuan pertama,

wawancara dan observasi dilakukan di ruang tamu dan pada pertemuan kedua, penelitian dilakukan di teras rumah kos subjek. Ruang tamu rumah kos subjek AY terlihat sederhana, hanya terdiri dari satu kursi panjang yang kira-kira bisa menampung 3 orang dewasa. Sebuah meja lengkap dengan taplaknya tampak di ruang tamu tersebut. Kursi panjang itu menghadap ke arah barat yang juga terdapat pintu masuk tepat di hadapannya. Sedangkan terasnya terdapat tiga buah kursi, salah satunya nampak sudah reot dan sebuah meja yang tidak bertaplak. Taplak meja terlihat hanya dilipat saja, dan di letakkan di atas meja. Di depan meja kursi itu ada sebuah pohon mangga yang lumayan tinggi. Walaupun tempatnya berbeda, namun memiliki kendala yang sama. Karena penelitian dilakukan sore hari, ruangan terasa agak panas karena sinar matahari masuk langsung ke ruang tamu. Hal ini mengingat rumah kos subjek menghadap barat. Banyaknya teman-teman subjek yang berlalu-lalang sempat mengganggu proses penelitian. Belum lagi suara penjaja makanan, deru kendaraan, dan bahkan pengamen yang lewat di depan rumah kos subjek juga mengganggu proses pengambilan data dalam penelitian ini.

Penelitian ketiga dilakukan di rumah subjek III (RA), tepatnya di studio musik tempat ia bersama band-nya berlatih. Studio yang berukuran kira-kira 3x5 meter tersebut, agak sedikit berantakan. Dinding studio itu berwarna abu-abu, senada dengan karpet yang menjadi alas studio itu. Di dalamnya terdapat seperangkat drum dan sebuah keyboard yang diletakkan di bawah. Kemudian di lantainya juga ditemui sebuah buku notasi piano, dan juga sebuah *cymbal*. Di dalam studio tersebut juga terdapat beberapa buah *amplifier*, dan di salah satu *amplifiernya*, terdapat tumpukan majalah musik. Peralatan tersebut ditata di

pinggir-pinggir ruangan sehingga bagian tengah ruangan tersebut terlihat agak lapang. Pada penelitian ketiga ini, pertemuan pertama dan kedua mengambil tempat yang sama. Namun pada pertemuan kedua tempat tersebut tampak lebih rapi. Di tempat ini, penelitian tidak menemui kendala yang berarti, karena ruangan ini kedap suara sehingga tidak terganggu oleh suara bising, disamping itu ruangan tersebut dilengkapi dengan AC (*air conditioner*), sehingga kesejukan ruangan terjaga.

Penelitian keempat mengambil tempat di kampus subjek IV (CH) yang cukup megah. Untuk pertemuan pertama, penelitian mengambil tempat di pojok lantai 2, dekat tangga kecil untuk naik kelantai berikutnya, namun kata subjek tangga tersebut jarang dipergunakan, karena mahasiswa di sana lebih banyak memanfaatkan *lift*. Di dekat tempat itu juga terdapat toilet, yang menurut subjek diperuntukkan bagi dosen, namun jarang dipakai. Di sudut lantai 2 kampus subjek tersebut terdapat 3 buah kursi yang keliatannya sudah tidak digunakan, karena tampak sandarannya lepas, dan tampak sengaja dipinggirkan. tempat subjek berkuliah. Kendala penelitian ini adalah banyaknya mahasiswa yang berlalu-lalang dan terkadang disertai keramaian.

Pertemuan kedua pada penelitian keempat ini dilakukan di lobby lantai 2 gedung Suasana tempat tersebut terlihat lengang hanya terdapat beberapa kelompok mahasiswa yang sedang bercakap-cakap. Di lobby tersebut terdapat beberapa set meja kursi yang ditata seperti ini, meja diapit dua buah kursi panjang yang berhadapan. Kursi panjang tersebut muat untuk tiga orang. Jadi satu set meja kursi tersebut dapat menampung sekitar enam orang. Tidak menemui kendala yang berarti pada penelitian ini.

## C. Hasil penelitian

### C.1. Profil subjek penelitian

#### Subjek I

Nama (inisial) : HE

Usia : 25 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat asal : Blitar

Deskripsi :

Subjek adalah anak sulung dari tiga bersaudara, saat ini sedang kuliah semester akhir fakultas Hukum sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya. HE terlahir dari keluarga yang demokratis dan menghargai pilihan yang dibuatnya, termasuk selera musiknya. Keluarga yang awal mulanya aneh terhadap musik yang didengarkan HE, lambat laun mulai menyukainya, dan malah ikut bersenandung. Saudara-saudara HE tidak ada yang mengikuti jejaknya, suka pada musik *J-Rock*, hanya adik pertamanya suka musik Jepang yang lebih *nge-Pop*

Perkenalannya dengan musik dimulai sejak subjek HE berusia 5 atau 6 tahun. Saat itu, anak pembantu HE memperkenalkannya pada musik-musik rock Barat seperti *Bon Jovi*, sehingga subjek terbiasa mendengarkan musik-musik berirama rock sejak kecil. Hingga sekarang musik-musik tersebut masih tetap membekas di pikirannya. HE menyatakan jika ia masih menyukai musik-musik seperti ini, namun kesukaannya bertambah dengan hadirnya musik *J-Rock*, yang kini telah mendominasi selera musiknya.

Subjek mengaku mengenal *J-Rock* dari *soundtrack* sebuah *anime* yang ditunjukkan oleh temannya. Walau menggemari *anime* sejak kecil, namun HE

menyebut bahwa perkenalannya dengan *J-Rock* adalah lewat perantara temannya tersebut. HE merasakan sensasi tersendiri saat perkenalannya dengan *J-Rock*, musik yang menurutnya “berat” namun enak didengar. Walaupun pada awalnya ia kurang suka dengan musik Jepang, karena ia menganggap musik Jepang cuma berirama *slow* saja dan hanya membikin ngantuk, namun setelah tahu musik Jepang dengan aliran yang lain (*J-Rock*), maka HE semakin menyukai musik-musik Jepang.

Menurut HE, ia tertarik pada musik *J-Rock* karena banyak permainan keyboard di dalamnya, dan ia menganggap bahwa lagu tanpa keyboard tidaklah “manis”. Ini bisa dipahami, karena HE memang seorang pemain keyboard. Selain itu ketertarikan HE terhadap musik *J-Rock* dapat dijelaskannya secara teknis misalnya mengenai *chord-chord*-nya, perpindahan *chord*, serta permainan alat musik, ini mengingat HE adalah seorang musisi. Hingga saat ini, HE sudah lima tahun mengenal musik *J-Rock*, namun ia sedikitpun tidak merasa bosan, karena ia merasa bahwa musik *J-Rock* ini adalah musik yang tidak *mbose*ni, disamping itu musik *J-Rock* dianggapnya bisa membangkitkan semangat hidupnya.

HE pernah dicap sebagai orang yang kekanak-kanakan karena suka pada musik Jepang, utamanya musik *J-Rock* oleh temannya. Teman HE berpikiran bahwa musik Jepang identik dengan film anak-anak, dan orang yang suka dengan musik Jepang itu adalah kekanak-kanakan. HE pun tidak lantas berkecil hati, ia malah berbalik menawarkan temannya tersebut untuk mencoba mendengarkan musik *J-Rock*. Tak disangka, temannya tadi yang mengolok-olok selera musik HE, malah berbalik menyukainya.

Hingga saat ini HE memiliki berbagai koleksi yang menunjukkan loyalitasnya terhadap musik Jepang. Beberapa koleksinya pun adalah *original* dari negeri matahari terbit itu. Namun karena susah mencari kaset atau CD musik *J-Rock* yang beredar di Indonesia, terpaksa CD-CD bajakan menjadi pilihan untuk memuaskan telinganya akan musik-musik *J-Rock*. Untuk urusan *style*, HE juga mengikuti musisi *J-Rock* pujaannya, walau hanya sebatas pada saat manggung.

Pada awal suka pada *J-Rock*, HE belum paham bahasa Jepang, untuk itu ia rela untuk mengikuti les bahasa Jepang. Hal ini agar ia bisa mengerti isi lirik lagu-lagu *J-Rock*, disamping juga ia ingin mengartikan film-film Jepang yang biasa ditontonnya. Kecintaan subjek terhadap *J-Rock* ditunjukkan subjek dengan membuat sebuah band yang bernuansa *J-Rock* dipadu dengan progresif rock. Ia juga banyak menciptakan lagu yang sangat ter-*influence* dengan musik-musik *J-Rock*. Dari segi dandanan pun ia juga sangat terpengaruh dengan dandanan musisi *J-Rock*, utamanya ketika dia manggung bersama band-nya. Saat ini HE merasa bahwa musik *J-Rock* ini sudah menjadi bagian dari jiwanya, terutama sebagai seseorang yang berkecimpung di dunia musik, banyak sekali pengaruh musik *J-Rock* pada HE. Hingga dia merasakan ada yang kurang dalam hidupnya bila sehari saja tidak mendengarkan musik Jepang (*J-Rock*).

## **Subjek II**

Nama (inisial) : AY

Usia : 28 tahun

Pekerjaan : Dokter gigi

Alamat asal : Bali



### Deskripsi :

Subjek AY berprofesi sebagai seorang dokter gigi di klinik kampusnya, sebuah perguruan tinggi Negeri di Surabaya. Disamping itu ia juga mengambil kuliah program spesialis di kampus yang sama. AY adalah anak pertama dari dua bersaudara. Di Surabaya ia indekos, karena kedua orang tua dan adiknya laki-lakinya tinggal di Bali. Orang tua AY tergolong demokratis untuk urusan selera, mereka tidak pernah membatasi, termasuk selera musik AY dan adiknya. AY adalah penyuka musik-musik Jepang/*J-Rock* sedangkan adiknya adalah penyuka rock Barat semacam *Metallica*. Pernah juga ayah AY merasa meragukan keinginan subjek untuk belajar bahasa Jepang, karena ayah AY lebih mengutamakan anak-anaknya untuk belajar bahasa Inggris. Namun ketika AY berhasil membuktikan bahwa ia dapat mengaplikasikan bahasa Jepang-nya, dan memperoleh banyak teman dari bahasa Jepang tersebut, ayah AY pun sangat menghormati keputusan AY.

AY mengenal musik dari kecil, dari hobi menarinya. Saat masih kecil AY memang terbiasa menari, menceritakan isi lagu melalui tarian. Ketika AY masih anak-anak ia juga suka mendengarkan musik-musik *soundtrack* dari film-film *Disney* semacam *Snow White* ataupun *Little Mermaid*. Sewaktu kecil subjek mempunyai kecenderungan untuk mendengarkan musik yang berirama *slow*. Hal ini terjadi hingga subjek duduk di bangku kuliah, tepatnya saat subjek pada pertengahan kuliah S1. Subjek mulai berubah selera ke musik yang lebih keras. Perubahan yang radikal ini sempat memunculkan praduga dari sang ayah, bila AY sedang mengalami masalah.

AY memiliki selera musik yang sangat bertolak belakang. Ia menyebutnya “musik surga” dan “musik neraka”. Musik surga di sini menurut AY adalah musik-musik yang *slow*, atau AY menyebutnya sebagai musik *new age*, yang lebih bersifat *instrumentalia*. Sedangkan musik neraka adalah musik-musik yang keras seperti halnya musik *J-Rock* ini. Hal ini masih berjalan hingga sekarang.

Sebelum mengenal *J-Rock*, subjek biasa mendengar rock-rock Barat semacam *Muse* atau *Radiohead*. Hal ini dimungkinkan suyek juga terpengaruh akan selera musik adiknya yang menyukai musik-musik alternatif. Subjek merasa ada kemiripan antara dua grup musik Barat tersebut dengan musik-musik *J-Rock*, sehingga subjek menjadi suka terhadap musik *J-Rock*.

Perkenalan subjek dengan musik *J-Rock* diawali dengan kesukaan subjek untuk menonton *anime* (film kartun Jepang) yang berjudul *Samurai X*. AY merasa apabila lagu penutup pada film tersebut sangatlah bagus, enak untuk didengar, sehingga timbul keinginannya untuk mencari tahu informasi tentang lagu tersebut. Siapa penyanyinya, apa judul lagunya? Media internet pun dimanfaatkan untuk mencari tahu. Dari situ, AY mendapatkan info, dan kebetulan ada beberapa lagu yang bisa ia *download*, kemudian didengarkanlah lagu tersebut. AY pun jadi tambah suka karena musik *J-Rock* sangat berbeda dengan musik rock Inggris atau musik rock Amerika yang biasa ia dengar. Menurutnya ada kekhasan tersendiri yang tidak bisa ia jelaskan secara spesifik.

Ketertarikan dan keingintahuan AY terhadap *J-Rock* ternyata mendapat titik terang. Salah seorang temannya ternyata mempunyai koleksi CD *J-Rock*, ia pun meminjamnya dan meng-*copy*, walau kualitasnya tidak begitu bagus, mengingat itu juga CD hasil *copy*. Ketertarikan AY kembali terpuaskan saat

sepupunya pergi ke Jepang untuk beberapa bulan. di Jepang ternyata ada yang menjual CD *second* dengan harga yang murah, namun dengan kualitas yang masih prima. AY pun meminta sepupunya untuk membelikannya. sepanjang itu adalah album grup band idolanya, Laruku. Kemudian ia juga menonton video konsernya, *performance* panggungnya yang bagus memuat AY tambah suka tergila-gila terhadap *J-Rock*.

Hingga saat ini, sudah 8 tahun AY suka terhadap musik-musik *J-Rock*, namun ia tidak merasa bosan terhadap aliran musik jenis ini. Menurutnya personel band yang “keren-keren” dan musik yang variatif, tidak statis di satu jalur saja membuat AY menjadi setia menjadi penggemar musik rock ala Jepang ini. Lirik rupanya juga menjadi daya tarik tersendiri bagi AY untuk menggemari musik Jepang ini. Sebelum mengerti bahasa Jepang, AY hanya mendengar musiknya, tidak mepedulikan liriknya. Setelah belajar bahasa Jepang, AY lambat laun mengerti lirik lagu-lagu *J-Rock*. Menurutnya lirik lagu-lagu *J-Rock* menggunakan bahasa yang puitis dengan tema yang bervariasi, dan terkadang lirik lagu tersebut isinya sesuai dengan apa yang pernah dialami oleh subjek. Bahkan ada lagu yang sangat tertancap di benak subjek, sehingga kelak jika subjek menikah, ia ingin lagu tersebut menjadi *background*-nya.

Kecintaanya pada *J-Rock* serta segala pengetahuannya tentang musik ini menjadikan AY sebagai salah satu moderator senior dalam sebuah forum di dunia maya, yang mewadahi para penggemar musik *J-Rock* dan penggemar hal-hal “berbau” Jepang pada umumnya.

Kecintaan AY kepada musik *J-Rock*, bukannya tidak mendapat tentangan. AY pernah berada di dalam lingkungan dimana yang suka musik *J-Rock* hanyalah

ia seorang. Ia mendapatkan statemen yang kurang mengenakkan baginya, yaitu teman-temannya kelihatan “meremehkan” seleranya. Namun AY tetap kukuh pada pendiriannya, tetap suka musik *J-Rock*, tetap suka musik Jepang. sementara teman-temannya yang lain adalah penyuka musik-musik Barat. AY merasa kalau itu adalah pilihannya, karena ia akan menikmati apa yang benar-benar ia suka, tidak “memaksa” untuk ikut mode atau trend.

Subjek adalah orang yang total apabila ia suka terhadap sesuatu, termasuk terhadap musik *J-Rock* ini. Tidak tanggung-tanggung, untuk menunjukkan kecintaannya terhadap musik *J-Rock* ini, ia rela merogoh koceknya lebih dalam untuk membeli produk-produk rekaman asli dari negara asalnya, Jepang. Walaupun band pujaannya tersebut sekarang albumnya sudah bisa didapatkan di Indonesia, AY tetap memilih untuk mendapatkan album tersebut langsung dari negeri matahari terbit itu. Urusan kualitas menjadi alasan untuk tetap membeli produk asli dari Jepang. Menurutnya, kualitas produk Indonesia sangat jauh bila dibandingkan dengan produk dari negara asalnya. Disamping itu, membeli produk asli dari Jepang membuahkan kesenangan tersendiri bagi subjek, tak lain karena produk negara matahari terbit itu memberikan bonus semacam *official postcard* ataupun videoklip, yang tidak ia temukan di album *J-Rock* produksi Indonesia.

### **Subjek III**

Nama (inisial) : RA

Usia : 21 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat asal : Blitar

### Deskripsi :

RA adalah mahasiswa semester awal sebuah universitas negeri di Surabaya. Ia mengambil jurusan ilmu hukum. Sebelumnya, RA pernah kuliah di sebuah universitas terkenal di Jakarta. RA adalah anak kedua dari dua bersaudara. Kakaknya juga menuntut ilmu di kota yang sama, namun perguruan tinggi yang berbeda. Menurut RA, kedua orang tuanya sangat pengertian terhadap kesukaannya terhadap musik *J-Rock*. Walaupun dukungan orang tua terhadap hobby RA ini tidak disampaikan secara langsung, namun secara eksplisit terungkap jika orang tua RA tidak membatasi kesenangannya itu. Memang pernah juga orang tua RA mempertanyakan bahasa dalam musik-musik *J-Rock* yang menurut mereka “asing”, lambat laun mereka juga menikmati malahan ikut bernyanyi jika mendengar musik rock ala Jepang ini. Kakak RA kebetulan penyuka *J-Rock* juga, jadi suasana keluarga RA sangat mendukung terbentuknya loyalitasnya terhadap musik-musik *J-Rock*.

Subjek RA mengaku telah mengenal musik sejak SD, namun ia mulai suka terhadap musik sejak SMP. Saat itu RA sudah mulai mendengarkan lagu-lagu yang bernuansa tahun 90-an. Dimana pada era ini banyak grup band yang mengusung aliran rock *ballads* seperti *Scorpion* atau *Firehouse*, yang oleh subjek disebut sebagai band yang “semi rock”. Waktu RA duduk di bangku SMP ini, ia juga mulai bermain band.

Hingga sekarang musik-musik rock Barat masih disukai oleh RA, namun untuk urusan berburu koleksi dan prioritas, tetap musik-musik *J-Rock* lebih dominan. Dari dulu memang RA menaruh *interest* yang besar terhadap musik-musik berirama Rock. RA sendiri juga tidak tahu alasan spesifik mengapa ia suka

terhadap musik Rock. Namun ia menyatakan bahwa ia suka musik yang *skillfull*, dari segi pemain dan *chord*-nya, dan yang terpenting, RA memang suka musik yang “cadas”.

Musik *JapaneseRock* sebenarnya telah dikenal oleh subjek sejak SD lewat film anak-anak produksi Jepang yang banyak masuk ke Indonesia semisal Goggle V atau Gaban, juga film-film kartun Jepang. Kesukaan RA terhadap musik *J-Rock* diawali sejak RA duduk di bangku SMP. Saat itu ia memenangkan hadiah undian dari sebuah majalah *game*, dan berhak atas CD yang berisi lagu-lagu *J-Rock* milik salah satu grup band. Awalnya RA merasa aneh mendengarkan lagu-lagu tersebut. Rasa penasarannya terhadap aliran musik ini diwujudkan dengan membeli CD *soundtrack* sebuah *game*. Kembali didengarkannya lagu-lagu rock bernuansa Jepang itu. Dari sinilah muncul ketertarikan lebih dalam terhadap musik *J-Rock* ini.

RA banyak membaca majalah, dan memperoleh informasi, ada sebuah band rock legendaris Jepang yang bernama *X-Japan*, untuk itu ia berusaha untuk mencari album dari grup tersebut. Tak urung kota seperti Surabaya dan Malang dijelajahnya untuk mendapatkan album *X-Japan* tersebut, namun hasilnya nihil. Kota sebesar Surabaya dan Malang tidak membantunya untuk mencemukannya, malah di Kediri RA menemukan album dari grup band ini. Kembali diputarnya lagu-lagu berirama rock ala Jepang ini, RA semakin jatuh cinta kepada musik *J-Rock*. RA yang tadinya merasa aneh mendengar lagu-lagu berirama seperti ini, menjadi suka dan akhirnya tergila-gila pada musik ini. Menurutnya musik *J-Rock* adalah musik yang tergolong “baru” untuk telinga subjek RA

Bagi subjek yang terpenting dari sebuah lagu adalah musiknya, lirik adalah urusan belakangan baginya. Awal suka pada musik *J-Rock*, RA juga belum mengerti isi lirik dari lagu-lagu Jepang tersebut. Namun ketika ia mulai mengerti isi dari lirik-lirik musik *J-Rock* tersebut, ia tambah jatuh cinta. Lirik-lirik musik Jepang, menurut RA menggunakan bahasa yang puitis, tidak “vulgar”, dan tersirat maknanya.

Musik rock Jepang ini, sekarang sudah 8 tahun dikenalnya, namun RA mengaku tetap menyukainya, tanpa merasa bosan. Musik-musik Jepang, dalam hal ini musik *J-Rock*, menurutnya adalah musik yang tidak monoton. Ke-tidak monoton-an ini dapat dilihat dari segi teknis misalnya *chord-chord* yang digunakan, pergantian *chord*, dan segi aransemen. RA mengikuti perkembangan band-band *J-Rock* idolanya, dan menurutnya band-band tersebut konsisten di jalurnya, dan tidak mengikuti trend yang ada.

Ciri khas dari musik *J-Rock* yang hingga saat ini sangat disukai subjek adalah penampilan band-band *J-Rock* yang “menghibur”. RA menyatakan bahwa band-band *J-Rock* tersebut bukan sekedar bermusik, namun juga memikirkan sisi hiburannya. Hal ini tampak dari setiap penampilan band-band *J-Rock* yang *eye catching* seperti penggunaan kostum-kostum yang tidak lazim serta penggunaan *make up* sebagai pendukung penampilan. Semua itu sangat menarik perhatian subjek.

Selain itu musik *J-Rock* yang variatif membuat subjek tidak bisa berpaling dari aliran musik ini. Menurut RA, musik *J-Rock* memiliki variasi lagu yang lengkap, tidak hanya “keras” saja, atau *mellow* saja, melainkan ada keduanya dalam satu aliran musik tersebut, bahkan dalam satu grup band sekalipun. Musik

rock yang sekarang menurutnya hanya menonjolkan keberisikannya saja, tanpa memikirkan sisi “manis”-nya.

Sudah banyak koleksi subjek yang berkaitan dengan *J-Rock* ini. Kebanyakan berupa Album dalam bentuk kaset, CD, ataupun VCD. Beberapa merupakan CD original yang ia beli dari luar negeri. Pada saat berlibur ke luar negeri, RA biasanya menyempatkan diri untuk membeli album-album *J-Rock* yang tidak bisa ia temukan di Indonesia. Saat yang lainnya sedang menikmati waktu istirahatnya, RA malah keluar meninggalkan tempatnya menginap untuk mencari tempat-tempat yang menjual album-album *J-Rock*. Disisihkannya uang saku dari Indonesia khusus untuk membeli album-album tersebut, yang harganya tentu tidak murah.

Koleksi lainnya didapatkan di Surabaya, lewat sebuah komunitas penggemar musik Jepang, yang tentunya bukan CD original, hanya CD copy-an. Hal ini mengingat memang tidak banyak album band-band *J-Rock* yang beredar di Indonesia, hanya beberapa dan bisa dihitung dengan jari. Namun hal ini bukan menjadi masalah bagi RA. Membeli original atau bajakan bukanlah hal yang penting baginya, yang terpenting kecintaannya kepada musik *J-Rock* bisa terpuaskan.

Wujud kecintaan RA terhadap *J-Rock* juga ditunjukkan dengan bergabungnya ia dengan sebuah band yang beraliran *J-Rock* bersama kakaknya, di dalam band ini ia bertindak sebagai vokalis. Tidak tanggung-tanggung, sebuah album rekaman sudah dihasilkannya, dan sebuah lagi masih dalam proses penggarapan.



Untuk urusan *style*, RA juga ter-*influence* dengan *style* musisi-musisi *Japanese Rock* pujaannya. Ia pun juga mengikuti *style-style* mereka, namun tidak terlalu ekstrim, terutama dalam setiap pentasnya.

#### **Subjek IV**

Nama (inisial) : CH

Usia : 19 tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat asal : Malang

Deskripsi :

CH adalah seorang mahasiswi jurusan teknik informatika sebuah universitas swasta terkemuka di Surabaya. Ia berusia 19 tahun, adalah subjek yang paling muda dalam penelitian ini. CH adalah anak kedua dari tiga bersaudara, kakaknya seorang laki-laki, sementara adiknya adalah seorang perempuan. CH tidak tinggal dengan orang tuanya, ia tinggal indekos untuk keperluan studinya. Keluarganya kebetulan tinggal di Malang.

CH mengenal *J-Rock* sebenarnya lewat *opening song* dan *ending song* film-film *anime* yang biasa ia saksikan. Namun perkenalannya secara khusus dengan *J-Rock* melalui sebuah ketidaksengajaan. Saat itu CH sedang membuka internet, kebetulan ia mencari suatu hal yang berkaitan dengan *anime*, tanpa sengaja ia membuka sebuah *website* tentang musik *J-Rock*, yaitu *J-Rock Haven*. Dalam *website* itu kebetulan disediakan lagu-lagu *J-Rock* yang bisa di-*download* secara gratis. CH pun mencoba untuk men-*download* sebuah lagu. Ia coba

mendengarkannya, namun karena saat itu malam hari, ia tidak bisa jelas mendengarkannya, karena harus dengan volume yang kecil.

Keesokan harinya, CH kembali ingin mendengarkan lagu yang telah berhasil di-*download*-nya tersebut, tentunya dengan volume suara yang memadai. Ternyata CH merasakan bahwa lagu yang baru didengarnya sangat bagus dan berbeda dengan lagu-lagu yang biasa ia dengarkan.

Sebelum mengenal musik *J-Rock*, CH biasa mendengarkan lagu-lagu dari berbagai *boys band* seperti 911, *Code Red*, dan *Boyzone*. Oleh sebab itu, ketika mendengar musik *J-Rock*, ia merasakan perbedaan yang sangat besar dengan musik-musik yang biasa ia dengarkan tersebut. Irama yang menurutnya lebih *nge-beat* sangat membuatnya tertarik.

Subjek mengaku mengenal musik sejak kecil. Saat itu ia mulai mengenal musik melalui sekolah Minggu, karena memang CH adalah pemeluk Nasrani. Musik yang pertama dikenalnya tentu saja lagu-lagu gereja. Saat masih SD, CH sudah mulai mendengarkan musik-musik yang dilantunkan oleh berbagai *boys band*, dan pada saat ini pula ia sudah mulai mengkoleksi kasetnya. Saat mulai beranjak dewasa, subjek juga mulai suka terhadap lagu-lagu klasik semacam Mozart atau *Gregorian*, dan tentunya juga lagu-lagu *boys band*.

Perkenalannya dengan musik *J-Rock* membawa perubahan yang radikal pada selera musik CH. CH yang tadinya suka mendengarkan *boy band* atau musik klasik yang lembut menjadi suka kepada musik *J-Rock* yang garang dan dengan *beat* yang cepat. Hal ini menurut CH, karena mungkin ia merasa bosan dengan *boy band* yang nadanya “itu-itulah saja”, maksudnya nadanya hampir sama antara grup yang satu dengan yang lain.

Pertama CH tertarik kepada *J-Rock*, lebih karena musiknya, setelah tahu musiknya, barulah CH mencari informasi tentang artisnya. Pertama tertarik kepada musik rock ala Jepang ini, CH belum mengerti maknanya. Karena ketertarikannya, ia belajar bahasa Jepang secara otodidak, namun baru-baru ini ia belajar lebih serius dengan mengikuti les bahasa Jepang di kampusnya. Hal lain yang membuat CH tertarik pada rock Jepang ini adalah penampilan para artisnya, dalam artian dandanan para personel band-nya yang menurut CH “cantik-cantik”. Para personel band yang kebanyakan laki-laki tersebut berdandan mirip perempuan lengkap dengan *make-up* serta pakaian-pakaian yang tidak lazim, subjek CH menyebutnya dengan sebutan “cowok manis”. Dandanan ini menurut CH sangat seksi, karena menonjolkan keindahan tubuh, dibalut pakaian yang “kurang kain”

Sebagian besar koleksi musik *J-Rock* CH didapatkan dengan cara *download*. Hingga kini, koleksinya hampir mencapai 3000 lagu. Dari 3000 lagu tersebut, hanya sekitar 500 lagu saja yang tidak didapatnya dari *download*. Hal ini “terpaksa” dilakukan subjek karena memang album-album dari grup band pujaannya tidak bisa ia dapatkan di Indonesia. Kebetulan subjek menyukai grup-grup *indie* yang peredarannya memang tidak terlalu luas bila dibandingkan dengan grup-grup yang sudah memasuki *major* label. Untuk memuaskan indera pendengarnya akan musik-musik *J-Rock*, berlama-lama di warnet untuk *download* lagu-lagu Jepang kesukaannya masih menjadi pilihannya hingga kini.

Kecintaan subjek CH terhadap *J-Rock* juga ditunjukkan ketika ia sempat membuat sebuah situs yang berkaitan dengan *J-Rock*. Dimana di situs tersebut

menyediakan lagu-lagu *J-Rock* yang siap untuk di-*download* secara *free*. Namun sekarang situs tersebut sudah ditutupnya karena kesulitan untuk *upload*.

Perjalanan subjek dengan segala kecintaannya kepada musik rock ala Jepang ini, bukannya tidak pernah mendapat tentangan. Tidak urung ibu subjek sendiri kelihat tidak begitu suka terhadap hobby subjek yang satu ini. Ibu CH memang nampak agak mengekang kebebasan subjek, termasuk urusan selera musik. Tidak hanya selera musik, dalam hal memilih pakaian pun ibu CH juga turut menentukan. Bahkan CH kuliah di jurusan teknik informatika ini pun juga pilihan ibunya.

Saat pulang ke rumahnya di Malang, ada saat yang sangat membuatnya “tersiksa”, yaitu saat kesenangannya terhadap *J-Rock* dibatasi oleh sang ibu. Pernah suatu ketika ia membawa komputernya ke Malang, dan memainkan musik-musik *J-Rock* di kamarnya, namun sang ibu melarang dan menyuruh subjek untuk mematikan musik tersebut.

Kesenangan subjek dulu terhadap *boy band* dahulu adalah juga atas peran sang ibu yang kebetulan suka juga terhadap *boy band*. Sewaktu CH menyukai musik klasik, sang ibu juga kurang setuju atas selera musiknya dengan alasan musik klasik membikin ngantuk, CH pun menghentikan *hobby*-nya tersebut. Namun saat ini, saat sang ibu menyuruh CH untuk menghentikan hobby barunya mendengarkan musik *J-Rock* ini, CH menolaknya. Karena CH menganggap musik *J-Rock* ini lah yang telah membantunya “lepas” dari kekangan sang ibu. CH tidak akan mau melepaskan *J-Rock* dari kehidupannya, walau kadang menimbulkan konflik dengan sang ibu. Bagi CH, *J-Rock* sudah mendarah daging dalam kehidupannya. Tiada hari tanpa musik *J-Rock* baginya. Bahkan sebelum berangkat

kuliah, disempatkannya untuk menyalakan komputer untuk sekedar mendengarkan lagu-lagu *J-Rock* kesukaannya, kemudian ia matikan lagi.

## C.2. Hasil analisis data

Proses analisis data dalam penelitian ini menghasilkan 163 *Meaning Unit* (MU). Ke-163 MU tersebut kemudian dikelompokkan kedalam tiga puluh satu kategori yang disertai dengan penjelasan singkat dalam menggambarkan kategori tersebut secara tunggal. Kategori-kategori tersebut kembali dikelompokkan ke dalam struktur yang lebih umum yang disebut dengan tema. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil analisis data

Kategori (step 4)	Tema (step 5)	Tema umum
<b>Anime (1) = 8 MU</b> Perkenalan dengan <i>J-Rock</i> melalui <i>anime</i>	<b>Tahap perkenalan dengan musik <i>J-Rock</i></b>	<b>Proses munculnya loyalitas terhadap musik <i>J-Rock</i></b>
<b>Teman (2) = 4 MU</b> Teman turut memperkenalkan <i>J-Rock</i>		
<b>Kesan pertama (4) = 6 MU</b> Pertama mendengar <i>J-Rock</i> timbul berbagai kesan yang mendalam		
<b>Pertama, jadi idola (29) = 3 MU</b> Band <i>J-Rock</i> pertama yang dikenal, sekarang jadi band favorit		
<b>Pencarian Informasi (3) = 6 MU</b> Ketertarikan pada <i>J-Rock</i> mendorong untuk mencari tahu informasi yang berkaitan	<b>Tahap menuju loyal terhadap musik <i>J-Rock</i></b>	
<b>Kontinuitas (11) = 5 MU</b> Mendengarkan musik <i>J-Rock</i> secara terus menerus/kontinyu akan membuat semakin suka.		
<b>Musik yang ideal (19) = 8 MU</b> Value para subjek tentang musik yang ideal menurut mereka memang kesemuanya mengarah ke musik <i>J-Rock</i>	<b>Nilai-nilai pribadi tentang musik</b>	<b>Faktor-yaktor yang mendorong loyalitas terhadap musik <i>J-Rock</i></b>
<b>Suka musik sejak kecil (27) = 5 MU</b> Mengenal musik sejak kecil, tidak mengherankan ketika dewasa menjadi penggila musik		

<p><b>Suka Musik Cadas (21) = 9 MU</b> Para penggemar <i>J-Rock</i> sebelumnya memang penyuka musik rock/cadas ini</p>			
<p><b>Suka musik keras sekaligus <i>slow</i> (28) = 5 MU</b> Dua hal yang bertentangan namun menjadi yang disukai oleh subjek</p>			
<p><b>Musik beda (5) = 12 MU</b> Musik <i>J-Rock</i> sangat berbeda apabila dibanding musik yang lain.</p>	<p><b>Daya tarik musik <i>J-Rock</i></b></p>		
<p><b>Ciri khas (6) = 9 MU</b> Musik <i>J-Rock</i> mempunyai ciri khas yang sangat nampak dalam tiap lagu</p>			
<p><b>Musik tidak membosankan (7) = 7 MU</b> Menikmati musik <i>J-Rock</i> tidak menimbulkan rasa bosan pada penggemarnya</p>			
<p><b>Lirik (17) = 11 MU</b> Lirik dalam lagu <i>J-Rock</i> menggunakan bahasa yang puitis dan tersirat, tidak bisa langsung ditangkap maknanya. Selain itu yang membuat lirik lagu <i>J-Rock</i> itu memiliki daya tarik adalah tema yang diusung sangat beragam dan tidak melulu tentang cinta.</p>			
<p><b>Beat (18) = 4 MU</b> Beat musik <i>J-Rock</i> yang cepat dan cenderung aneh, menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar <i>J-Rock</i> dan dianggap dapat meningkatkan semangat</p>			
<p><b>Penampilan atraktif (20) = 12 MU</b> Penampilan band-band <i>J-Rock</i> yang atraktif mampu memikat penggemarnya. Mulai kostum, <i>performance</i> di panggung, penataan panggung, hingga penampilan di videoklip menunjukkan totalitas dan sisi <i>entertainment-nya</i></p>			
<p><b>Fantasi (23) = 7 MU</b> Mendengarkan musik <i>J-Rock</i> menghadirkan fantasi bagi penggemarnya. Serasa mereka berada di dunia yang ada dalam lagu</p>			
<p><b>Musik ramai dan variatif (31) = 7 MU</b> Musik yang ramai dengan variasi nada yang beraneka ragam menjadi salah satu daya tarik bagi aliran musik <i>J-Rock</i> ini</p>			
<p><b>Dukungan keluarga (8) = 7 MU</b> Sebagai orang yang terdekat, keluarga sangat menunjang kesenangan terhadap musik <i>J-Rock</i>,</p>		<p><b>Dukungan dari orang terdekat dan komunitas</b></p>	

<p>walaupun dukungannya terkadang tidak secara langsung</p> <p><b>Networking (9) = 7 MU</b> Orang lain sebagai jaringan untuk mendapatkan informasi dan juga koleksi</p> <p><b>Komunitas (16) = 6 MU</b> Komunitas sangat bermanfaat bagi penggemar <i>J-Rock</i>, selain bisa menambah teman, penggemar <i>J-Rock</i> juga bisa mendapatkan koleksi dari sini, bisa bertukar informasi, walaupun tidak/belum menjadi anggotanya</p>		
<p><b>Belajar bahasa Jepang (10) = 8 MU</b> Rasa suka terhadap musik rock Jepang mendorong untuk mempelajari bahasanya</p> <p><b>Berpromosi (24) = 7 MU</b> Kecintaan kepada musik <i>J-Rock</i> juga ditunjukkan dengan berpromosi, terutama pada orang-orang terdekat</p> <p><b>Tantangan dari lingkungan (12) = 7 MU</b> Karena kecintaan terhadap musik <i>J-Rock</i>, tantangan dari lingkungan tidak dihiraukan</p> <p><b>Label (15) = 5 MU</b> Berbagai sebutan atau label diberikan kepada penggemar <i>J-Rock</i> di kalangan teman-temannya</p> <p><b>Koleksi sangat bernilai (26) = 9 MU</b> Barang-barang yang berkaitan dengan <i>J-Rock</i> ini memiliki nilai yang sangat tinggi bagi subjek, sehingga rasa memilikinya juga tinggi</p>	<p><b>Komitmen terhadap musik <i>J-Rock</i></b></p>	<p><b>Bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh konsumen musik <i>J-Rock</i></b></p>
<p><b>Sulit mendapatkan album <i>J-Rock</i> di Indonesia (14) = 12 MU</b> Album-album musik <i>J-Rock</i> sangat sulit ditemui di Indonesia, harus ada upaya ekstra untuk bisa tetap menikmatinya</p> <p><b>Demi kesenangan, uang bukan masalah (25) = 10 MU</b> Demi kecintaan terhadap <i>J-Rock</i>, harga yang mahal atau pengeluaran ekstra bukan menjadi masalah. Biar kantong jadi tipis asal hasrat tersalurkan.</p>	<p><b>Menerima segala resiko demi mendapatkan album-album musik <i>J-Rock</i></b></p>	
<p><b>Pengaruh (30) = 6 MU</b> Kecintaan terhadap musik <i>J-Rock</i> memberikan pengaruh tersendiri bagi subjek</p> <p><b>Ikut dandanannya (13) = 12 MU</b> Sebagai penggemar <i>J-Rock</i>, mereka juga mengikuti style artis idolanya, terutama dandanannya</p>	<p><b><i>J-Rock</i> sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam hidup</b></p>	

<b>Mendarah daging (22) = 11 MU</b> <i>J-Rock</i> telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keseharian, bahkan kehidupan subjek.		
--	--	--

### C.3. Pembahasan Tematik

#### C.3.1. Proses munculnya loyalitas terhadap musik *J-Rock*

Pembahasan tentang munculnya loyalitas terhadap musik *J-Rock* ini terbagi atas dua bagian atau dua tahapan, yaitu tahap pengenalan dengan musik *J-Rock* dan tahap dimana subjek menuju loyal terhadap musik *J-Rock*.

##### Tahap pengenalan dengan musik *J-Rock*

Tak kenal maka tak sayang, begitulah peribahasa yang biasa kita dengar sehari-hari. Begitu pula gambaran para penggemar musik *J-Rock* ini, pengenalan dengan *J-Rock* menjadi titik awal dimana mereka menjadi suka terhadap jenis aliran musik ini. Pengenalan dengan musik *J-Rock* yang dialami oleh tiap-tiap subjek pada dasarnya berbeda, antara satu subjek dengan subjek yang lain. Namun apabila dicermati akan muncul suatu pola umum yang terdapat pada setiap subjek.

Salah satunya adalah berkaitan dengan *anime*. Pengertian *anime* sendiri adalah film kartun Jepang. Sekarang, jenis film ini banyak sekali diputar di televisi. Kebiasaan para subjek untuk menonton *anime* atau film kartun Jepang inilah yang mengawali pengenalan subjek dengan musik *J-Rock* yang memang biasa menjadi *original soundtrack* untuk film-film jenis ini.

Seluruh subjek dalam penelitian ini mengaku mengenal *J-Rock* pertama kali melalui *anime*. Subjek AY misalnya, pertama kali mengenal jenis musik ini melalui *anime* yang berjudul Samurai X, kemudian ia pun tertarik pada *soundtrack*-nya.



“Mmh.. aku awalnya ya itu. Karena nonton Samurai X ya”  
(AY1111TR/41)

“Ehm..., nonton kali ya.. Maksudnya aku nonton *Anime* itu ya, terus misalnya ada *soundtrack*-nya gitu, *soundtrack*-nya kok bagus ya.., gitu” (AY2110RT/24-25)

Perkenalan dengan musik *J-Rock* bahkan sudah dialami para subjek sejak mereka masih dalam masa anak-anak. Kala itu mereka biasa mendengar lagu-lagu atau musik yang melalui film anak-anak yang biasa diputar di televisi maupun yang dapat disaksikan melalui video beta yang banyak beredar pada saat itu.

“Pertama kali denger itu ... ya waktu SD itu waktu pertama kali dengerin lagunya Goggle V itu ha.ha. Pertama kali denger lagu Jepang itu. Itu kan *J-Rock* itu kan, pertama kali denger lagu Jepang. Pertama kali denger itu ya Goggle V itu. Terus ya lagu-lagunya *anime-anime* itu, kayak kartun-kartun itu kan *J-Rock* juga. Aku udah tertarik, tapi belum tahu yang nyanyi siapa? Aku kan masih tertarik-tarik, oh... lagunya enak...” (RA2610SM/16-20)

Saat mendengarkan lagu-lagu *soundtrack* film anak-anak tersebut, mereka masih belum terlalu peduli dengan *theme song* atau *soundtrack* film tersebut. Pada saat itu mereka masih terbatas untuk tertarik pada film-nya saja. Walau mengaku telah mendengar musik *J-Rock* pada waktu itu, mereka belum memperhatikan siapa musisi-musisi yang membawakan lagu atau musik yang belakangan mereka ketahui beraliran *Japanese Rock* tersebut.

“Ya pertama kali mungkin dari situ. Soale kan waktu *anime* kan aku nggak seberapa merhatikno ini penyanyine siapa? Mungkin pertama kali denger ya dari situ” (CH2710KS/640-641)

Perkenalan dengan musik *J-Rock* ini selain karena pribadi yang sangat *gandrung* akan film-film kartun Jepang, juga bisa atas bantuan teman yang turut memperkenalkan. Sosok teman sebagai orang-orang yang terdekat dengan subjek, bisa menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan musik *Japanese Rock* ini kepada para subjek. Misalnya saja HE, yang mengaku mengenal musik *J-Rock*

atas perantara temannya. Saat itu sang teman menunjukkan lagu *J-Rock*, yang juga *soundtrack* sebuah *anime*.

“Pertamanya sih itu... diracuni sama teman saya. Ditunjukin *sountrack*-nya film *anime* itu ya.. *Anime...*, terus musiknya itu kok enak gitu lho.” (HE1210RK/8)

“Iya. Jadi dia nunjukin *anime* yang *soundtrack*-nya itu *J-Rock* gitu lho. Eh.. Rockmen X-6 itu *J-Rock soundtrack*-nya.” (HE1910KK/24-25)

Ada yang menarik dalam pernyataan subjek di atas. HE mengkonotasikan perkenalannya dengan *J-Rock* melalui perantara temannya dengan istilah “diracuni”. Hal ini dikarenakan saat berkenalan dengan *J-Rock*, sebelumnya HE memang tidak menyukai musik-musik Jepang yang menurutnya membosankan dan membuatnya ngantuk. Walaupun kini ia telah menjadi penggemar setianya. Hal ini menunjukkan bahwa teman bisa menjadi pengaruh yang sangat besar untuk para subjek, termasuk dapat mengubah selera musik mereka.

Terkadang, meski telah mengenal *J-Rock* sendiri lewat sebuah *anime*, teman juga dapat membuat para subjek mengenal musik ini lebih jauh. Teman-teman para subjek yang memang tahu lebih bulu dibandingkan dengan subjek, dapat dikatakan dapat menjadi katalisator bagi subjek dalam berkenalan ataupun menjadi suka dengan musik *J-Rock*. Teman dapat membawa perubahan, meski sebenarnya keputusan untuk suka atau tidak terhadap musik rock asal Jepang ini tetap berada di tangan para subjek.

“Ada, Adit ha..ha.. Adit itu kalau dari temanku itu ya.. dia itu memang kakaknya itu suka gitu lho. Jadi dia kan tahu duluan lebih banyak daripada aku. Tapi yang bikin aku jadi *freak* ya aku sendiri. Cari-cari tahu sendiri.” (AY2110RT/28-30)

Melalui jalan apapun perkenalan para subjek dengan musik rock Jepang ini, baik dari kesenangannya terhadap *anime*, maupun perantaraan teman, namun

kesemuanya itu menimbulkan kesan yang mendalam bagi subjek. Kesan-kesan tersebut tidak bisa hilang dari benak subjek hingga saat ini. Salah satu kesan yang ditangkap oleh para subjek ini adalah kesan aneh terhadap musik *J-Rock* ini.

“Lagunya ini kok aneh, aku pertama ndengerin itu kok aneh. Aneh pertamanya. Kok aneh lagu ini yo? Aku mencoba untuk seneng itu masih belum bisa pertama kali.” (RA2610SM/379-381)

Keanehan musik ini dapat dikatakan karena aliran musik ini tergolong baru di telinga para subjek. Subjek merasakan bahwa musik ini sangat berbeda dari musik-musik yang pernah ia dengar sebelumnya, ada berbagai unsur didalamnya di dalamnya.

Ada subjek yang memang belum bisa suka pada musik rock Jepang ini pada kesan pertama, namun ada pula subjek yang langsung jatuh cinta saat mereka mengenal secara langsung musik *J-Rock*. Mereka langsung tertarik ketika mendengar musik jenis ini, karena musik rock asal Jepang ini tidak biasa mereka nikmati sehari-harinya. Musik *J-Rock* ini adalah musik yang tidak umum didengar di Indonesia

“Komentarnya langsung keren ini ya? Keren. Terus gimana ya? Meskipun berat tapi enak didengar itu ya.” (HE1210RK/16-17)

Berat disini diartikan oleh subjek bahwa musik-musik rock Jepang ini memiliki *chord-chord* yang susah dibaca. Orang-orang yang tidak terbiasa untuk mendengar musik Jepang akan susah untuk memahami *chord-chord* pada musik Jepang, yang memang berbeda dari musik-musik yang beredar pada umumnya.

Subjek juga menemukan nuansa yang berbeda dan menyenangkan ketika mereka pertama kali mendengar musik *J-Rock*. CH yang berkenalan secara resmi dengan *J-Rock* melalui sebuah *website*, lewat ketidaksengajaan ini merasakan hal

yang berbeda dari musik *J-Rock* dengan musik-musik dari grup-grup *boyband* yang biasa ia dengarkan.

“Ya.. apa ya? ya.. rasa-rasane lagune nyenengno, beda gitu lho dari sing... apa? Biasae sebelum dapet Dir en Grey itu ndengerno ya.. kayak.. apa? Sing band-band luar negeri, boys band-boys band itu.” (CH2710KS/30-32)

Kesan pertama juga sangat berbekas di benak para subjek penelitian ini. Yang menarik, mereka menjadikan band *J-Rock* pertama yang mereka dengar atau band *J-Rock* yang pertama mereka tahu sebagai band idola serta band favorit mereka hingga saat ini. Dari empat orang subjek penelitian tiga orang diantaranya menjadikan band *JapaneseRock* yang pertama mereka kenal menjadi band yang sangat disukai hingga saat ini.

“Ehm... dia *J-Rock* pertama yang aku kenal, itu yang pertama. Terus ya mungkin dasarnya aku suka sama Radiohead sama Muse ya? Mirip-mirip kan? Terus ee.. sebenarnya dia punya arti ee.. apa? ada beberapa lagunya Laruku yang punya arti buat hidupku gitu lho.” (AY1111TR/150-152)

“Aku paling suka X-Japan. X-Japan aku suka. Itu soalnya juga paling pertama aku tahu lagu.., eh grup band Jepang itu ya X-Japan itu tho. Jatuh cinta aku..” (RA2610SM/207-208)

“Soale Dir en Grey itu.. apa ya? Dir en Grey kan sing pertama. Terus sampai sekarang itu lagune nggak monoton kayak L’Arc-en-Ciel gitu lho. Jadi mesti ada perubahan baru-baru terus gitu lho.” (CH2710KS/360-362)

Namun sebagai band *JapaneseRock* pertama yang mereka kenal bukan satu-satunya alasan untuk menjadikan band-band di atas sebagai band favorit subjek penelitian ini. Tentunya banyak pertimbangan lain yang mendasarinya. Misalnya AY yang merasa band *J-Rock* idolanya mempunyai kemiripan dengan band-band rock Barat yang biasa ia dengar sebelumnya dan beberapa lagu dari band tersebut punya arti dalam hidupnya. CH yang suka atas inovasi yang

dilakukan band idolanya tersebut, sehingga band idolanya itu tidak terasa monoton lagu-lagunya. Serta RA yang melihat kebesaran nama band tersebut, walau sekarang band yang diidolaknya itu sekarang sudah tinggal nama.

### **Tahap menuju loyal terhadap musik *J-Rock***

Setelah para subjek ini telah melewati tahap pengenalan dengan musik rock Jepang ini, tahap selanjutnya adalah tahap dimana mereka akan menjadi penggemar aliran musik ini. Kesan yang baik tentang musik *J-Rock* ketika mereka mengenalnya untuk pertama kali, mendorong mereka untuk mencari informasi yang berkaitan dengan musik tersebut, mulai dari lagunya, profil artisnya maupun mulai untuk berburu album-album rekamannya.

Banyak band-band atau musisi mancanegara, khususnya musisi-musisi dari negara-negara Barat bisa kita ikuti infonya secara luas di negara ini. Rilis album baru, berita seputar kehidupan mereka, bahkan gosip terhangat pun bisa kita nikmati setiap saat lewat televisi lokal maupun media cetak umum sekalipun.

Tidak halnya dengan musik rock Jepang ini, informasi yang bisa didapatkan dari media-media tersebut. Jangankan gosip-gosip terbaru, berita tentang keluarnya album-album ter-*anyar* pun sangat jarang untuk bisa kita jumpai. Keterbatasan informasi tentang musik *JapaneseRock* ini mendorong mereka untuk memanfaatkan media lain, yaitu internet.

Para Subjek penelitian ini kebanyakan mengenal musik *J-Rock* ini dari *soundtrack anime*. Ketertarikannya terhadap *soundtrack* film kartun tersebut mendorong mereka untuk mencari tahu lebih banyak tentang hal ini. Pertama kali mereka penasaran, siapa yang menyanyikan lagu *soundtrack* tersebut, kemudian

mereka mencari tahu dan menemukan nama-nama band yang kemudian jadi band *J-Rock* idola mereka. Selanjutnya mereka berusaha mencari tahu lebih banyak tentang mereka melalui *browsing* di internet, baik itu sekedar infonya, maupun lagu-lagunya. Menurut mereka hal itu terjadi secara alami dan berantai begitu saja. Contohnya adalah subjek AY yang mengenal musik *J-Rock* melalui sebuah *anime* yang berjudul *Samurai X*.

“Tapi kalau khusus Laruku, ya aku mulai dari nonton Samurai X gitu, terus denger di.. ini *ending*-nya kok enak, gitu ya. Terus cari tahu, oo..anu, apa namanya? Yang nyanyi namanya I.’Arc~en~Ciel gitu, oh ya gitu. Terus lama-lama aku.. suka nonton *anime* ya. Nonton *anime* DNA 2, DNA 2 juga, tapi dia *opening*. Opening Blurry Eyes. Itu.. lha kok ini juga enak gitu, lama-lama ah pengen tahu, kayak apa sih mereka sebenarnya.., gitu. Ya udah *browsing-browsing* internet dapet.., dapet ininya. Dapet... apa? Dapet infonya, terus ada kebetulan ada satu, dua gitu lagu yang di-*share* kebetulan ya, terus aku *download*. Lho kok enak.., gitu.” (AY1111TR/45-52)

Maksudnya aku nonton *Anime* itu ya, terus misalnya ada *soundtrack*-nya gitu, *soundtrack*-nya kok bagus ya.., gitu . terus cari di internet gitu, aku pengen tahu. Ada lagu seperti ini..., ada lagu seperti ini, ya.., ya.. berantai gitu aja. (AY2110RT/24-26)

Ada kalanya subjek penelitian ini mengenal musik *J-Rock* sejak kecil, kira-kira ketika masih duduk di bangku Sekolah Dasar (SD), walaupun hanya sebatas tahu. Namun setelah beranjak remaja mereka mulai penasaran dengan apa yang didengarnya ketika kecil dahulu dulu. Mereka pun berusaha untuk mencari informasi mengenai musik *J-Rock* yang selalu terbayang-bayang di benaknya. Usia yang mulai beranjak remaja memungkinkan mereka untuk mengakses informasi dengan media yang lebih luas, misalnya internet ataupun dari majalah-majalah yang beredar di Indonesia, baik itu majalah tentang *game* atau majalah tentang *anime*. Majalah *game* atau *anime* juga banyak membahas tentang musik-

musik Jepang atau musik *J-Rock* sebab musik-musik ini kerap menjadi *theme song* atau *soundtrack* dari game ataupun kartun Jepang tersebut.

“*J-Rock* itu kenal sudah sejak SMP. SMP kelas 2 itu sudah tahu soalnya kan sering main PS waktu itu. Tahu-tahu dari majalah *game* itu kan. Musik-musik Jepang kelihatannya bagus-bagus, saya nyoba nyari-nyari. Tapi referensinya belum banyak sih, masih dikit. Mulai SMP kelas tiga sampai mau SMA kelas satu itu perbendaharaanku sudah mulai banyak.” (RA2610SM/7-10)

“Terus aku beli CD, tahu kan waktu itu kan ada game Final Fantasy itu lho, lha itu ada kan yang satu CD itu ada yang dijual itu, klipnya, lagu-lagunya Final Fantasy. Terus tak setel, lagu Jepang iku yo enak-enak asline, kayak gini.. gini... gini. Tapi aku nyoba, referensiku apa lagi? Terus aku baca-baca di majalah, oo.. ada grup band legendaris Jepang, X-Japan namanya. Ooo.. aku nyari sampai di Malang, Surabaya, itu nggak ketemu. Ketemuanya malah di Kediri aku. Kok ada X-Japan ini.. aku langsung beli.” (RA2610SM/385-390)

Setelah segala informasi maupun referensi tentang segala hal yang berkaitan dengan musik *J-Rock* didapatkan, para penggemar baru musik ini biasanya sudah mulai memiliki band-band yang menjadi favorit mereka. Ketika mencari informasi pun mereka sudah tidak mencari informasi tentang musik *J-Rock* pada umumnya, namun sudah langsung pada musisi yang dituju.

“Aku.. internet mesti ya, kaya cari-cari.., lihat-lihat itu. Tapi internet itu aku *search*-nya ke band-band yang aku tuju kayak aku nyari L’Arc~en~Ciel, ya ke L’Arc~en~Ciel aja. Jadi bukan *J-Rock*nya yang tak cari.” (RA2610SM/224-226)

Hal ini juga berpengaruh pada perburuan koleksi mereka. Biasanya mereka cenderung lebih selektif untuk membeli atau mendapatkan album-album musik *J-Rock*. Mereka lebih memilih untuk membeli ataupun mendapatkan album-album yang penyanyinya memang mereka kenal atau mereka suka.

Informasi telah didapat, koleksi pun sedikit-sedikit mulai ada. Kemudian biasanya mereka cenderung untuk mendengarkan apa yang telah didapatnya, baik

itu berupa lagu hasil *download* maupun album yang mereka beli secara kontinyu atau terus-menerus. Seperti seorang anak kecil yang menemukan mainan baru, anak tersebut akan cenderung memainkan terus-menerus mainannya tersebut. Pola ini tampak pada hampir seluruh subjek penelitian ini.

Contohnya subjek HE, awalnya ia kurang menyukai musik-musik Jepang karena dianggap sebagai musik yang membikin ngantuk, setelah kenal jenis musik Jepang yang lain, yaitu *J-Rock* ini, ia pun jadi jatuh cinta setelah ia mendengarkan secara kontinyu setiap hari.

“Ya udah setelah itu..., sejak itu ya aku ndengerin pelan-pelan tiap hari ya, kok enak lagunya. Ada kerasnya, musik ini keras, distorsi gitu ya? Ada kesan lembutnya gitu.” (HE1910KK/293-295)

Subjek RA yang ketika mendapat CD salah satu band rock Jepang, *Glax*, hadiah dari undian sebuah majalah game, merasa aneh ketika mendengar lagu-lagu itu untuk pertama kalinya. Ia pun lalu mencari referensi yang lain dan menemukan sebuah band lain, *X-Japan*, didengarkannya secara kontinyu album tersebut. Dari sinilah awal ia jatuh cinta kepada musik *J-Rock*. Awalnya yang ia merasa aneh ketika mendengar musik-nya *Glax*, jadi familiar karena memang sudah terbiasa secara kontinyu mendengarkan musik-musik jenis ini.

*Witing trisna jalaran saka kulina* begitulah pepatah Jawa biasa diucapkan. Bila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia pepatah tersebut dapat diartikan: datangnya cinta adalah dari kebiasaan. Kontinuitas atau kebiasaan para subjek untuk mendengarkan *J-Rock* sesering mungkin, menyebabkan subjek-subjek tersebut menjadi jatuh cinta pada aliran musik ini, dan menjadi penggemar setianya sampai sekarang. Hal ini juga dialami subjek CH. Ia biasa mendapatkan lagu dengan cara *download* di sebuah situs internet. Biasanya sehabis *download*,



ia akan mendengarkan lagu-lagu tersebut secara terus-menerus, hingga menjadi suka.

“Pokoke... tiap.. hmm... tiap habis *download*... ya tiap habis *download* kan tak dengerin. Terus ada lagu..., oh lagu ini enak, kadang keterusan denger terus... Terus lek minggu berikute nemu *download* lagi, oh ini.. ya enak, gitu terus.” (CH0111LK/376-378)

Kontinuitas dalam mendengarkan musik rock Jepang ini, telah membuat musik tersebut tertanam di benak subjek, dan mereka akan terbiasa mendengarkannya. Kebiasaan untuk mendengarkan inilah yang sedikit banyak membuat subjek menjadi menyukai jenis musik ini, dan pada akhirnya menjadi loyal terhadap musik *J-Rock* hingga kini.

### **C.3.2. Faktor-faktor yang mendorong loyalitas terhadap musik *J-Rock***

Pembahasan untuk faktor-faktor pendorong loyalitas terhadap musik *Japanese Rock* ini dititikberatkan pada tiga hal, yaitu nilai-nilai pribadi individu, dukungan orang-orang yang terdekat, dan yang terpenting adalah daya tarik dari musik *J-Rock* itu sendiri. Dimana tiap-tiap faktor memiliki peran yang sama dalam mendorong loyalitas para subjek terhadap musik rock ala Jepang ini.

#### **Nilai-nilai pribadi tentang musik**

Tiap individu pastilah memiliki *value* atau nilai tersendiri berkaitan dengan suatu hal, termasuk tentang musik ini. Nilai-nilai tersebut menyediakan standard atau kriteria yang diyakini oleh subjek penelitian ini tentang musik, baik secara umum, maupun musik *JapaneseRock* ini.

Nilai-nilai tersebut bahkan mungkin telah dipunyai subjek sejak subjek pertama kali mengenal musik secara umum. Para subjek penelitian ini

kesemuanya menyatakan bahwa mereka telah mengenal musik sejak mereka masih kecil. Perkenalan mereka dengan musik saat mereka kecil pun lewat jalan yang berbeda-beda, yang terkadang agak unik. Subjek HE misalnya, ia mengaku mengenal musik pertama kali atas peran anak sang pembantu. Saat itu ia baru berusia kira-kira 5 tahun, dan anak sang pembantu berusia 5 tahun lebih tua. Musik yang didengarkannya kala itu banyak beraliran rock, seperti Bon Jovi, Van Hallen, dan Europe. Hingga kini pun ia masih menyukai musik-musik tersebut walau kesukaannya terhadap musik, saat ini didominasi oleh musik-musik Jepang, terutama *J-Rock* ini.

“Mulai mengenal musik itu... sejak kecil ya. Kecilanku itu sudah dicekoki sama Bon Jovi, Van Hallen, Europe.” (HE1910KK/32-33)

“Anaknya pembantuku malahan. Aku ditunjukin ini lho musik enak, kayak Bon Jovi. Terus aku jadi terbiasa kayak musik-musik kayak gitu. Terus lama-kelamaan setelah musik-musik itu kan.. masih tetap senang. Kalau musik-musik sekarang nggak, jamannya sudah berubah ini.” (HE1910KK/35-38)

Subjek RA mengaku mengenal musik pertama kali saat ia masih duduk di bangku SD. Saat itu ia biasa belajar alat musik, dan alat yang dipelajarinya saat itu adalah keyboard. Barulah setelah duduk di bangku SMP RA mulai suka terhadap musik, yang kebanyakan berirama rock *ballads*. Lain lagi dengan CH yang mengenal musik lewat Gereja. Sebagai penganut Nasrani, ia biasa sejak kecil untuk sekolah Minggu, menyanyi di gereja.

Subjek AY yang sejak kecil suka menari, mengaku mengenal musik dari sini, karena menurutnya menari pastilah menggunakan iringan musik. Saat itu ia biasa untuk menceritakan isi lagu lewat tarian. Kemudian pada masa-masa itu ia juga menggemari lagu-lagu *soundtrack* dari film-film produksi *Disney* semisal *Snow White* atau *Little Mermaid*, yang kebanyakan berirama *slow*. Kesenangan

AY terhadap lagu-lagu *soundtrack* dari film-film Disney ini bahkan berlanjut hingga ia duduk di bangku kuliah, sebelum ia mengenal *J-Rock*.

Kecil, dari kecil banget. Aku suka nari, nari nggak mungkin nggak pakai musik kan? (AY1111TR/203)

Disney music.. he'eh. Jadi.. *soundtrack-soundtrack*-nya filmnya Disney.. kayak gitu itu lho. Terus kan banyak ee.. apa? *Nursery-nursery*-nya Disney itu. Kayak lagunya Mary Poppin, terus.. kayak gitu-gitulah. Banyak kan *soundtrack*-nya Snow White, yang jaman-jaman dulu itu, terus Little Mermaid, katak gitu. Kebanyakan sih itu. Terus kalau Indonesia... jarang dulu itu kau dengerin. Ya dengerin.. dengerin aja, tapi kalau sampai beli kasetnya, untuk itu tuh aku ya lebih banyak ke Disney ya. Ndak bisa lho padahal ikut nyanyinya, tapi suka aja dengernya gitu lho. (AY1111TR/223-229)

Dari uraian di atas tampak bahwa dari kecil bahwa beberapa subjek memang telah bersentuhan dengan musik rock, sehingga nilai yang terbentuk saat ia kecil tentang musik pastilah tidak jauh dari musik rock. Saat ini, apabila mereka menyukai musik *J-Rock* bukanlah sesuatu yang aneh, sebab sejak kecil nilai-nilai yang tertanam pada benak mereka pastilah tidak bisa dipisahkan dari jenis musik yang cadas ini, seperti halnya disampaikan RA:

“Ya... apa ya? Ya nggak ngerti aku kok tiba-tiba seneng rock, itu juga aku nggak tahu. Mungkin ya.. ya karena mengandalkan yang skill tinggi gitu mungkin aku suka rock. Kalau mengandalkan skill tinggi, sebenarnya jazz skillnya harus tinggi. Tapi aku lebih suka musik yang cadas aja, aku lebih suka.” (RA1611SM/28-31)

Namun yang menarik, subjek ada juga yang tidak memiliki latar belakang suka musik rock sejak kecil. Ada saat masih kecil suka pada musik-musik yang berirama *slow*, bahkan ada yang terbiasa dekat dengan lagu-lagu Gereja, bisa berubah haluan, dan suka terhadap musik yang hingar bingar ini. Ada perubahan nilai di sini, yaitu nilai tentang musik yang “ditanamkan” saat mereka kecil, sangat berbeda dengan musik yang mereka dengar saat ini. Musik-musik lembut yang biasa mereka dengar dulu telah berganti musik yang penuh distorsi dan

terkesan maskulin. Hal ini tak ayal menimbulkan tanda tanya besar pada orang terdekat mereka. Misalnya ayah AY yang sempat mengamati perubahan selera musik sang putri, saat itu bahkan menyangka bila AY sedang punya masalah.

Cuma aku memang punya kecenderungan.. dulu ya waktu kecil, lebih suka ke musik yang pelan. Nggak tahu kenapa sekarang bisa suka *J-Rock* itu he..he.., ndak tahu. Ee.. yang jelas dulu itu.. makanya papaku mungkin ngelihatnya.. terutama papaku itu ngeliat perubahan. Dari aku yang suka musik yang benar-benar... orang yang.. ini.. oh kamu pengen tidur? Enggak, aku nggak tidur. Tapi tiba-tiba jadi musik yang jreng... gitu langsung. Papaku ngelihat perubahan itu dan aku dianggap sedang punya masalah ya.. (AY1111TR/229-234)

Penelitian ini juga mengidentifikasi perubahan yang mencolok tentang *value* musik dari salah seorang subjek (CH). Musik yang pertama ia kenal adalah musik-musik gereja. Seiring dengan bertambahnya usia, ia pun menyukai musik-musik yang banyak dibawakan oleh *boyband* pada saat itu. Kesukaannya pada *boyband* kala itu adalah pengaruh sang ibu, yang juga menyukainya. Selanjutnya ia menyukai lagu-lagu klasik, barulah yang terakhir adalah musik *Japanese Rock ini*. Tampak sekali perubahan yang sangat ekstrim, dari selera musik yang mendayu-dayu menjadi musik-musik yang menghentak.

Kini keempat subjek memiliki nilai tentang musik yang hampir sama, kesemuanya mengarah ke musik *J-Rock*. Subjek HE misalnya, ketika ditanyakan kepadanya tentang kriteria musik yang ideal, yang enak ditelinga, ia langsung memberikan kriteria beserta contohnya, yang dalam hal ini adalah salah satu grup musik rock Jepang. Ini menunjukkan bahwa *value* mereka tentang musik, kini sangat dipengaruhi oleh aliran rock Jepang ini.

“Musik yang enak gitu ya? Kalau aku..., bisa diterima. Bisa diterima orang, tapi dengan tidak melupakan kualitas bobot musik itu sendiri. Jadi kayak lagunya Do as Infinity-lah, itu musiknya *easy listening* sebenarnya. Tapi kalau orang mainin lagu dia susahny minta

ampun. Kenapa? Soalnya dia main program, main *rhytm* segala, main *chord*-nya..., *chord*-nya juga aneh-aneh gitu lho... Tapi didengerin masih tetep enak.” (HE1910KK/182-186)

Subjek AY menyampaikan kriteria lagu yang enak didengar baginya adalah lagu yang maknanya sangat mengena bagi subjek. AY pun juga memberikan contoh sebuah lagu dari sebuah band *J-Rock* yang menjadi favoritnya. Ini juga menunjukkan betapa value mereka tentang musik saat ini benar-benar dipengaruhi oleh musik rock Jepang ini. Subjek CH menyatakan bahwa musik yang enak didengar menurutnya mengandung unsur drum, distorsi, suara vokalis yang lantang, serta beat yang cepat. Kesemuanya itu ia sebutkan sudah dapat dipenuhi oleh musik *J-Rock*. Senada dengan hal ini, subjek RA menyatakan bahwa musik yang enak di telinganya adalah jenis-jenis musik rock:

Kalau aku..., lagu yang enak itu yang jelas aku itu..., relatif kan ya maksudnya lagu yang enak. Laguku enak, sampeyan enak yo'opo kan nggak mesti ya? Kalau aku yang jelas lagu enak menurut aku yo... sing enak ditelingaku. Enak di telingaku itu apa? Nggak monoton, yang jelas musiknya itu nggak monoton. Terus variatif musiknya. Terus misalnya kalau lagu rock skillfull, rocknya itu skillfull. Gitarisnya ada melodinya, jadi nggak asal jreng..., jreng..., jreng..., jreng..., kayak gitu, itu sudah tak anggep enak buat aku. Kunci-kuncinya atau *chord-chord*-nya itu juga, jadi nggak..., nggak sederhana. Aku sih sebetulnya suka., apa ya? Gabungan antara rock garang, juga ada manisnya, di *reff*-nya, suka kalau lagu itu kayak gitu. Mesti tak anggap enak lagu kayak gitu. (RA2610SM/347-354)

Hal di atas sebenarnya sudah berarah ke ciri-ciri musik Jepang yang ia sebutkan dalam keseluruhan wawancara. Ketika ditanyakan kepada subjek tentang contoh konkrit dari lagu yang enak di telinga tersebut, subjek RA menyebutkan dua lagu Barat dan tiga Lagu *J-Rock*, hal ini juga menunjukkan bahwa *J-Rock* masih lebih dominan dibandingkan musik barat. Walaupun RA menyatakan bahwa dulu ia memang penggemar berat musik *J-Rock*, namun RA merasa bahwa kesukannya

terhadap *J-Rock* saat ini *fifty-fifty* dengan musik barat. Untuk urusan berburu koleksi, saat ini RA tetap lebih *intens* ke musik *J-Rock*

“Aku..., kalau sekarang *fifty-fifty* sih, tapi kalau dulu aku lebih suka Jepang. Lebih ini... Jepang, sekarang *fifty-fifty* aku. Ya misalnya kalau lagi pengen ndengerin Jepang ya Jepang. Tapi aku *searching*-nya, maksudnya cari kemana-mana lebih getolan Jepang itu.” (RA2610SM/282-284)

Masih tentang value musik, dua orang subjek penelitian ini menyatakan bahwa mereka memiliki kecenderungan untuk suka pada dua jenis musik yang bertentangan. Di satu sisi mereka suka musik-musik yang berirama cadas, namun di satu sisi mereka juga menyukai musik-musik yang mendayu-dayu. Subjek AY menyebut selernya yang aneh ini sebagai “musik surga dan musik neraka”.

“Cuma aku agak bertolak belakang ya.. aku suka rock, aku pop nggak terlalu suka. Aku suka rock, tapi aku juga suka *new age*. Jadi modelnya kayak Secret Garden, terus... Inspirational Moments itu, kayak gitu-gitu. Makanya ada yang bilang aku suka musik surga dan musik neraka gitu, kayak gitu.” (AY2110RT/60-63)

Hampir senada dengan AY, HE pun mengaku suka dua musik yang bertentangan juga. Selera musiknya ini juga berpengaruh pada *style*-nya dalam pembikinan lagu. HE yang memang seorang pemain band, sekaligus pencipta lagu ini bisa menciptakan lagu yang lembut, juga bisa menciptakan lagu yang keras. Dua sisi selera musik yang berbeda ini juga tergantung pada *mood* HE, dikala sedang santai ia ingin mendengar yang keras, sedangkan dikala ia sedang gundah ia ingin mendengar musik yang *slow*, menurutnya itu bisa membuat dirinya lebih tenang.

“Di satu sisi musikku itu melankolis, melankolis dan romantis. Jepang-Jepang yang *slow* itu ya. Terus tapi di sisi lain aku juga suka yang rock-rock gitu ya. Tapi misalnya dalam pembikinan lagupun aku juga bisa bikin yang keras juga bisa bikin yang kalem.” (HE1910KK/86-88)

“Jadi... jadi tergantung *mood* kita gitu lho. Kalau *mood* kita lagi nyantai gitu, asik aja dengerin yang keras-keras, tapi kalau lagi *mood* pengen..., lagi suntuk gitu malah pengen ndengerin yang slow-slow aja. Yang nyantai.. kayak gitu, biar tenang....” (HE1910KK/610-613)

Bila dihubungkan dengan nilai-nilai mereka saat ini sebagai penyuka musik *JapaneseRock*, jelas hal ini tidaklah bertentangan. Sejatinya, walaupun ber-*genre* rock, lagu-lagu *J-Rock* ini tetaplah bervariasi dari sisi musiknya. Tidak hanya musik keras yang menghentak saja yang terdapat di dalamnya, juga terdapat musik-musik lembut yang membuai jiwa, tentunya masih dalam balutan rock. Hal ini akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian daya tarik musik Jepang.

#### **Daya tarik musik *Japanese Rock***

Tidak bisa dipungkiri, untuk membuat seseorang menjadi tergiila-gila pada aliran musik rock Jepang ini, tentulah musik ini memiliki kekuatan tersendiri yang mampu membuatnya “menonjol” di mata para penggemarnya. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa kekuatan musik *J-Rock* yang menjadi daya tarik bagi para penikmat musiknya.

Seluruh subjek penelitian ini mengatakan bahwa musik *J-Rock* ini adalah musik yang sangat berbeda dengan jenis musik yang lain, bahkan sejak pertama kali mereka mendengar musik *J-Rock*. Para subjek bahkan merasakan perbedaan ini sejak pertama mereka mengenal atau mendengar *J-Rock* ini secara khusus. Mereka merasakan perbedaan, diantaranya dari segi *sound*, yang menurutnya sangat lain dengan musik-musik yang ada sekarang.

“*Sound*-nya itu beda, beda sama musik-musik yang sekarang. Musik-musik yang sekarang itu cenderung gimana ya..? Saya itu bosan sama musik-musik sekarang itu, cuma gitu itu. Terus kalau Jepang itu keras tapi manis, selalu ada manisnya gitu lho.” (HE1210RK/9-12)

Walaupun musik *J-Rock* tersebut juga berkiblat pada musik-musik rock Barat, seperti halnya yang terjadi di Indonesia, namun menurut para subjek, ada perbedaan mendasar yang membuatnya lain bila dibandingkan rock yang ada saat ini. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari gaya bermain para musisi *J-Rock*, *performance* di panggung, maupun *style* dalam pembikinan lagu.

Ada kalanya mereka merasakan perbedaan yang sangat ekstrim saat pertama kali mendengar musik *J-Rock*. Hal ini bisa dimaklumi mengingat mereka sebelumnya biasa mendengar musik dari aliran yang berbeda. Misalnya salah seorang subjek yang biasa mendengar lagu-lagu yang dilantunkan oleh *boyband* atau musik klasik, merasa ada perbedaan yang ekstrim ketika mendengar musik rock asal Jepang ini. Perbedaan tidak hanya tampak pada musik yang berbeda aliran, bahkan dalam aliran yang sama-sama rock pun, musik *J-Rock* ini sangat bisa dibedakan..

“Di apa ya? Khususnya di mana ya? Kalau aku bisa bilang mungkin, nggak anu sih... Soalnya mereka mungkin spesifik mungkin nggak ada ya? Tapi... warna musiknya memang yang beda. Kan mereka punya pengaruh musik sendiri dari negaranya. Jadi aku pikir ya... itu yang mempengaruhi musiknya mereka jadi seperti itu. Inggris sama Amerika aja kan rocknya beda. Jepang juga... tambah beda lagi. Soalnya tambah ada Asianya kali ya..., nggak tahu sih. Tapi kalau buat aku, aku bisa bilang warna musiknya emang beda. Aku sih nggak bisa bilang spesifik soalnya aku kan juga nggak ngerti alat musik.” (AY2110RT/43-49)

Ketidakmengertiannya akan alat musik, membuat salah satu subjek, AY, hanya menyatakan bahwa perbedaan antara musik *J-Rock* pada tekniknyanya. Terkadang, menurut para subjek, para musisi Jepang gemar menggabungkan aliran musik, misalnya rock dengan klasik.



Perbedaan yang subjek rasakan saat mendengar musik *J-Rock* menandakan bahwa jenis musik ini sangat mempunyai ciri khas yang tidak dipunyai oleh aliran musik rock yang lain. Subjek yang pada penjelasan di terdahulu menyatakan bahwa yang membedakan musik rock Jepang dengan musik rock yang lain adalah pada *sound*-nya. Kemudian mereka perjelas bahwa yang dimaksud *sound* disini terutama adalah *sound* dari keyboard, yang menurutnya itu telah menjadi ciri khas musik *J-Rock* pada khususnya, dan musik Jepang pada umumnya. Unsur-unsur keyboard bisa dikatakan mendominasi musik-musik Jepang.

“Yang membedakan mungkin *sense*. *Sense* terus sama *chord-chord*-nya itu ya. Terus apa *sound-sound* keyboard-nya itu ada khas tersendiri kalau *J-Rock*, *J-Pop* ada khasnya sendiri. Jadi sekali dengar, o... ini musik Jepang gitu lho. Meskipun itu diramu sama musik rock, apa..? sama R n B gitu. Tapi tetap keliatan Jepangnya.” (HE1210RK/19-22)

Penggunaan *chord-chord* dalam setiap lagu *J-Rock* rupanya juga menjadi ciri khas musik ini. Hal teknis yang tidak dapat dijelaskan oleh seorang subjek , namun dapat dijelaskan oleh subjek HE, yang memang adalah orang yang mengerti soal musik, mengingat ia adalah seorang pemain band, yang kebetulan mengambil *influence* dari band-band *J-Rock* juga. HE mengemukakan bahwa *chord-cord* yang digunakan dalam lagu-lagu Jepang, khususnya lagu *J-Rock* ini adalah *chord-chord* yang “manis”.

Kalau ciri khasnya itu senengnya pakai *chord* yang manis. Orang Jepang itu kebanyakan. Bahkan Malize Mizer pun yang musiknya ekstrim banget ya.. , emm.. musik apa namanya? Musik barrock.. art rock.., art rock. Jadi ada satu lagu aku lupa judulnya, itu ya... easy banget lagunya itu cuma F mayor 7, E minor 7, D minor 7, terus C mayor 7, itu kayak gitu. Cuma 4 kunci tapi enak gitu lho. (HE1910KK/208-212)

Pokoknya kalau aku nunjukin musiknya.... bisa... bisa itu, bisa apa? Bisa tahu manisnya dimana gitu lho. Jadi didengar itu musiknya

empuk, jadi nggak kaya alternatif yang *chorusnya* cuma C, G. Tapi mereka itu mesti pakai.... Oh ini..ini..gini.. C, GbasB, A minor, terus larinya ke E minor. Banyak ke minornya mereka.... gitu. Terus kayak mayor 7 juga. Kayak mayor 7, jagi nggak cuma kunci yang biasa... Jadi yang bikin manis yang itu, yang ada mayor 7-nya kayak gitu. (HE1910KK/217-222)

Selain hal yang terkesan teknis tersebut di atas HE juga mengemukakan bahwa cengkok atau cara orang Jepang dalam membawakan lagu juga sangat khas, dan sangat berbeda dengan bangsa yang masih satu rumpun seperti Mandarin atau Korea. Walau menyanyikan lagu berbahasa Inggris, tanpa melihatpun orang akan dapat mengenali bila itu adalah orang Jepang.

“Ciri khasnya sebenarnya selain di cengkoknya ya. Cengkoknya kalau Jepang itu kan keliatan itu ya.” (HE1910KK/202-203)

“Cengkoknya itu.... apa ya? Cara dia membawakan, menyanyikan lagunya. Nah itu keliatan, kalau Jepang itu kayak gini. Keliatan, Jepang, Mandarin, Korea itu keliatan. Sama Indonesia itu mbawanya gimana gitu. Meskipun mereka nyanyi bahasa Inggris itu masih keliatan kalau mereka itu orang Jepang gitu lho. Itu khas.” (HE1910KK/205-208)

Subjek penelitian ini juga menekankan bahwa yang juga menjadi ciri khas dari musik rock asal Jepang ini adalah adanya permainan *solo* yang memikat dari sang gitaris. Permainan solo ini menurut mereka jarang sekali dijumpai pada musik-musik yang ada di pasaran saat ini.

Banyak pula yang berpendapat bahwa ciri khas musik *J-Rock* terdapat pada keramaian musik serta variasi lagunya. Musik dengan lagu yang bervariasi inilah yang membuat para subjek penelitian ini menyukai musik *J-Rock*, karena dengan variasi lagu tersebut musik *J-Rock* tidak terlihat monoton.

“Jepang itu aku suka karena kekhususan lagunya itu lho. Maksudnya dengan variasi lagunya, jadi kalau misalnya lagunya itu biasa-biasa saja, alternatif aja, ya sudah nggak tak anggep Jepang. Karena

kenapa tak anggep Jepang? Lha Jepang *J-Rock*, tak anggep *J-Rock* karena musiknya itu gitu lho. Dengan variasi, dengan tipe model lagu yang seperti itu, itu yang aku jadi suka itu gara-gara itu. Jadi kalau nggak ada itu ya wis percuma ae, ngapain aku ndengerin Jepang kalau misalnya..., lagu Indonesia aja banyak, gitu.” (RA2610SM/427-433)

Variasi yang dimaksud di sini sebenarnya adalah tidak monoton dari segi musik, dari segi kunci atau *chord*-nya, dari segi pergantian kunci, dan dari segi aransemen. Walaupun *J-Rock* ini adalah musik yang beraliran rock, namun musiknya tidak hanya yang keras saja, yang lembut pun ada.

“Ya yang jelas pertama itu mengingatkan..., eh.. apa ya? Itu kan banyak lagu-lagu yang mewakili rasa-rasa kan itu musiknya, lagu-lagu Jepang itu. Kayak lagunya X-Japan itu ada lagunya itu yang *mellow* banget, terus ada yang..., pokoknya macem-macem lah lagunya. Pokoknya nggak... apa namanya? bisa.., untuk lagu-lagu sekarang yang paling garang atau *mellow* thok. Itu macem-macem pokoknya, variatif pokoknya lagu Jepang.” (RA2610SM/35-39)

Subjek juga merasakan adanya variasi lagu dalam musik rock Jepang ini dari segi emosi yang ingin disampaikan oleh lagu. Pada bagian sebelumnya dijelaskan bahwa ada subjek-subjek yang memiliki selera musik bertentangan, yakni musik yang keras sekaligus musik yang *slow*. Oleh salah seorang subjek hal ini disebut dengan “musik surga dan musik neraka”. Menjadi penggemar *J-Rock*, berarti telah berhasil memuaskan kedua selera musik mereka yang bertentangan tersebut dalam satu aliran yang disebut *Japanese Rock*.

“Pas lagi anu.. pas aku lagi pengen ngamuk-ngamuk misalnya, oh nyanyi ada khusus ngamuk-ngamuk jangan kuatir he..he.. Terus ada yang memberi semangat, kayak gitu juga kan? Rata-rata begitu. Kalau ada yang *slow* gitu, rasanya bikin melankolis tiba-tiba, wadhoh... jadi semuanya ada gitu lho.” (AY1111TR/344-348)

Variasi musik *J-Rock* juga bisa dilihat dari penggabungan musik rock Jepang ini dengan aliran musik lain yang menambah perbendaharaan nada dan

warna musik dari aliran *Japanese Rock*. Menurut para penggemarnya, banyak lagu-lagu *J-Rock* yang dibalut dengan nuansa *jazz*, *punk*, *gothic*, serta nuansa lain yang cenderung aneh. Namun sesungguhnya inilah yang justru menjadi daya tarik musik *JapaneseRock* ini.

“Kan musike variasi, ada sing lagune itu nge-jazz, ada sing *punk*, ada sing *gothic*, ada sing.. ada sing aneh, aneh.” (CH2710KS/554-556)

Kesemua subjek penelitian ini mengaku bahwa musik *J-Rock* adalah musik yang tidak membosankan. Setidaknya musik ini tidak membosankan apabila dibandingkan dengan musik yang biasa mereka dengar sebelumnya. Subjek CH misalnya yang sebelumnya menggemari *boyband* merasa bahwa musik *J-Rock* bervariasi, sehingga tidak membosankan, walaupun ada kemiripan antara satu dengan yang lain, namun keduanya tetap punya perbedaan. Hal ini menurutnya tidak seperti *boyband* yang memiliki lagu yang rata-rata hampir sama. Subjek lain penelitian ini juga menyatakan bahwa ia pernah juga suka terhadap salah satu grup *boyband*, namun ia cepat merasa bosan. Lain halnya dengan salah satu grup *J-Rock* saat ini ia gemari. Ia tidak merasa bosan sedikitpun. Bahkan dengan setengah bercanda ia menyatakan kalau ia sudah di-*pelet* oleh grup *J-Rock* tersebut.

“He’eh dulu... sempet Boy Zone suka. Tapi ya gitu.. udah. Selesai ya udah. Nggak kayak Laruku ini, nggak tahu kenapa gitu, aku pasti sudah disantet sama mereka itu.” (AY1111TR/249-250)

Lirik yang ada tiap-tiap lagu *J-Rock* rupanya juga memiliki magnet untuk menarik para pengemarnya. Lirik lagu-lagu *J-Rock* juga mengusung tema yang sangat bervariasi, tidak hanya mengenai cinta, seperti lazimnya lagu-lagu yang biasa kita dengar saat ini. Lirik-lirik dalam setiap lagu-lagu *J-Rock*, yang dinilai

lebih dapat menyentuh emosi. Tema yang diangkat mulai dari soal perang, nuklir, politik, bahkan tentang makian. Tema cinta yang biasa diusung oleh banyak pemusik pada saat ini, juga jarang sekali didapatkan pada lagu-lagu/musik rock asal Jepang ini. Hal ini lah yang membuat aliran musik *Japanese Rock* sangat berbeda dengan musik-musik yang ada sekarang. Variasi lirik ini membuat lagu-lagu *J-Rock* terdengar tidak monoton sehingga banyak para penggemar musik cadas asal Jepang ini bertahan dan tetap menyukai musik *J-Rock* ini.

“Mmh... nggak bisa dibilang rata-rata. Dia *mood-mood-an* bikinnya. Ada tentang perang, ada tentang..., cinta banyak. Ada tentang nuklir, politik, macem-macem... Suka-sukanya dia, kalau dia lagi ngapain tiba-tiba mau bikin lagu ini... Ada tentang makian juga ada, tapi bahasanya itu halus sekali. Aku nggak tahu kalau itu tuh maksudnya memaki. Jadi ya...” (AY2110RT/142-145)

“Tapi... nggak melulu cinta, Jepang itu hebatnya itu. Jadi nggak semuanya cinta, ada tentang persahabatan teman, macem-macemlah. Tapi ya.. paling banyak tentang cinta, tapi tidak terkungkung dalam cinta itu thok gitu lho. Kalau Indonesia banyak-banyaknya tentang cinta dimana-mana kan? Kalau Jepang yang aku suka ya.. nggak semuanya tentang cinta. Malice Mizer tentang cinta dikit banget itu, Malice Mizer itu. Hampir dari sepuluh lagu, cuma satu paling lagu cintanya.” (RA2610SM/247-252)

Bagi yang mengerti, isi maupun bahasa yang digunakan dalam lirik lagu-lagu *J-Rock* sangatlah puitis. Tiga dari empat subjek mengemukakan ini. Bahasa yang “indah” dan bukan bahasa yang dipergunakan sehari-hari ini rupanya cukup menjadi daya tarik bagi para penggemarnya. Bahasa yang biasa dipakai oleh para sastrawan ini menghadirkan nuansa yang berbeda di setiap lirik *J-Rock*, tidak seperti lagu-lagu beredar saat ini yang terkesan “seadanya”.

“Ternyata setelah aku belajar Jepang ini kan. Aku ngeliat liriknya kayak X-Japan itu gimana? Apa ya? Lirik-lirik yang... sastra gitu ya. Jadi bahasa-bahasa yang nggak lazim didengarkan sehari-hari. Bukan.., aku mencintaimu..., mari kita selingkuh saja..., nggak kayak gitu.” (HE1910KK/430-433).

Bahasa yang digunakan dalam lirik lagu *J-Rock* adalah bahasa puitis, penuh dengan kata-kata kiasan. Kita tidak dapat menangkap langsung maknanya karena maknanya disampaikan secara tersirat. Sehingga kita perlu untuk mendengarkannya secara berulang-ulang untuk mengerti apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh lagu. Mendengarkan lagu-lagu *J-Rock* ini secara berulang-ulang semakin membuat mereka mengerti isi lagu, namun secara tidak sadar kontinuitas mereka dalam mendengarkan inilah yang semakin membuat mereka mencintai musik *Japanese Rock*.

Ketidaklaziman bahasa yang digunakan dalam lirik lagu-lagu *Japanese Rock* juga sempat membingungkan para penggemarnya. Makna yang tersirat dan penggunaan kata-kata kiasan dalam lirik lagu rock Jepang ini bahkan sempat “menipu” subjek dalam mengerti lirik sebuah lagu, walaupun subjek juga sudah belajar dan mengerti bahasa Jepang.

“Bahasanya kebanyakan bahasa puisi. Jadi maksudnya puisinya itu dalam artian ya bukan kayak kita gitu, kita kan punya bahasa puisi sendiri gitu. Terus bahasanya... bahasanya itu bahasa sehari-hari, tapi maknanya itu kita bisa tahu, oo.. ini maknanya? Soalnya beberapa kali.., ok aku ngerti, soalnya di internet juga ada, *translation*-nya juga ada di internet. Ok aku ngerti, oh ya... dia artinya lirik ini kayak apa, lagu ini gini,gini,gini...., per barisnya tahu. Tapi ternyata makna yang dia sampaikan bukan itu. Maknanya itu sebenarnya seperti ini..., aku nonton dari wawancaranya, kayak gitu ya. Kan dari internet juga ada acara TV nya mereka. Mereka diwawancarai.. kayak gitu. Ya artinya nggak semua sih.., dikit-dikit aja. Nangeplah maksudnya sedikit-sedikit. Kalau enggak, apalah gunanya aku les 4 tahun.” (AY2110RT/117-126)

Musik *J-Rock* selain memiliki lirik yang puitis, juga memiliki *beat* yang rata-rata cepat, suatu hal yang berbeda dengan yang biasa para subjek dengarkan sebelumnya. Ini juga menjadi daya tarik musik ini. Beat yang cepat menurut salah satu subjek dapat meningkatkan semangat.

“Lagu ini rasane... wis bener-bener beda. Ambek rasane iramane lebih nge-*beat*.” (CH2710KS/37)

“Ya... apa ya? Mungkin karena.. karena *beat*-nya lebih cepet gitu mungkin juga ningkatin semangat kali ya? (AY1111TR/343-344)

Hal lain yang menarik dari musik ini adalah kemampuannya untuk menghadirkan “fantasi” bagi penggemarnya. Subjek AY menyatakan bahwa ada sebuah lagu yang bercerita tentang kebut-kebutan, dan ia benar-benar merasa sedang ngebut di jalan. Bukan hanya AY, subjek lain dalam penelitian ini pun merasakan hal yang sama kala mendengar lagu-lagu *J-Rock*, imajinasinya berkembang hingga membuat mereka membayangkan hal-hal seperti dalam lagu atau berimajinasi dengan membuat cerita dalam pikirannya. Lagu-lagu *J-Rock* ini juga dinilai mampu menghadirkan nuansa yang membawa penggemarnya ke alam khayalan.

“Biasanya aku kalau ndengerin *J-Rock* itu.. ee.. dengerin nuansanya ya, jadi misalnya nuansanya itu apa? Nuansa musiknya itu seperti apa? Kayak gitu. Biasanya aku ngebayangin yang di *anime-anime*, kayak gitu” (HE1910KK/596-598)

“Jadi ee.... pas kita tidur itu ee.. rasanya itu di dunia mana gitu lho.. di dunia fantasi apa.., kayak gitu. Kalau ndengerin *J-Rock* kayak gitu.” (HE1910KK/600-601)

Daya tarik musik *J-Rock* yang terbesar sebenarnya terletak pada penampilan yang atraktif dari para musisi-musisinya serta totalitas mereka di atas panggung. Mulai soal kostum, penampilan di atas panggung, penataan panggung, maupun pembuatan videoklip sangat menunjukkan totalitas mereka sebagai pemusik dan juga sebagai penghibur. Para musisi Jepang tersebut rupanya sadar bahwa profesi mereka bukan sekadar bermain musik, namun juga memberikan hiburan juga. Jiwa *entertainer* sangat melekat para musisi *J-Rock* ini. Para musisi ini mampu membawa suasana yang menghibur dan benar-benar menarik. Apabila

seseorang menonton permainan para musisi *J-Rock* ini, sebelum musik dimainkan, orang pun telah dibikin tertarik sebelumnya oleh penampilan para musisi ini. Baru melihat kostumnya saja, orang bisa dibuat tertarik.

“Kedua, dia bukan hanya sekedar musik, jadi dia juga nge-band itu *performance*-nya di panggung itu bagus banget dilihatnya. Entertain..., entertainment banget orang-orang Jepang itu. Jadi dia bisa pakai baju *genre* macam-macam, itu yang nggak dipunyai sama orang Barat ya itu. Maksudnya Indonesia juga ya. Dia itu main nggak sekedar main, jadi selain kita lihat lagunya, kita juga lihat penampilannya di panggung. Itu yang buat aku seneng.” (RA2610SM/65-70).

Totalitas dari musisi *J-Rock* memanglah tidak diragukan lagi, begitulah kira-kira kata-kata yang tepat untk mewakili apa yang dirasakan oleh para penggemarnya. Totalitas ini membuat mereka sangat memuji dan kagum kepada para musisi *J-Rock* ini. Penikmat musik *J-Rock* menilai bahwa para musisi Jepang sangat “niat” untuk melakukan sesuatu untuk kepuasan penggemarnya. Mulai dandanan, penampilan panggung, penataan panggung, hingga videoklip, semuanya benar-benar sempurna. Bahkan kejutan-demi kejutan yang bahkan tidak kita duga sebelumnya, akan mewarnai pertunjukan dari band-band *J-Rock* tersebut.

“Aku suka *performance* panggungnya. Terus ee... vidcoklip-nya. Kayak aku bilang tadi, asik, bener-bener tidak terduga. Ee.. selain ini ya.., selain Laruku yang aku liat ya. Kalau misalnya modelnya kayak satu.. eh, satu jenis rock lagi yang namanya Visual Kei. Mereka itu, kalau Visual Kei itu kan, dandanannya itu bener-bener total. Jadi misalnya mereka mau *gothic*, ya udah *gothic* yang bener-bener *gothic* gitu, jadi suasana panggungnya itu jadi keren sekali gitu. Jarang aku lihat kayak gitu kalau misalnya barat ya. Jadi bener-bener dandan, mau mukanya diseremin, mau ee..., mau dandanannya heboh, macak gajah.. itu ada gitu lho. Aku sampai oh... kayak gini kon. Ehm... konsernya pun kadang-kadang nggak biasa. Jadi kalau kita lihat misalnya ya... ok kalau misalnya yang musik-musik barat, mereka ada di panggung gitu, apa.. gitu ya. Lampu, pencahayaan..., ini ndak kadang-kadang ada..., ya mereka Jepang ya. Jepang punya



teknologi bikin animasi katakanlah. Terus mereka juga bisa bikin semacam-sembacam hologram. Jadi ya keren aja gitu lho aksi panggungnya. Bahkan dilihat dari awal sampai terakhir itu kita ndak bakal..., oh kayak gini, ada gini-ada gini. Lain..., sangat beda gitu lho. Ya aku pikir juga..., oh ini juga.. mic-nya. Mic-nya kadang-kadang pakai mic yang bisa merubah suaranya jadi apa... Kayak suaranya jadi suaranya setan..., kayak gitu. *Devilish voice* gitu. Jadi ya..., gimana? Mereka punya teknologinya. Terus..., dan itu mereka ada satu..., kalau khusus Laruku mereka bikin apa ya? Mereka bikin tempat konser sendiri khusus cuma untuk konsernya mereka thok, itu. Jadi cuma untuk konser itu aja, setelah itu udah. Jadi mereka bikin kayak semacam kubah yang bisa membuka kayak dome gitu. Wah...keren. harusnya kamu nonton.” (AY2110RT/259-277)

Salah satu jenis rock Jepang ada yang disebut *Visual Kei*. Jenis musik rock inilah yang lebih menitik beratkan pada penampilan visual ketika di atas panggung. Dandanan yang bervariasi banyak ditawarkan oleh jenis rock Jepang yang ini. Mulai tema *gothic* yang seram hingga dandanan feminim lengkap dengan *make-up* nya pun ada. Padahal kita tahu bahwa para pemain band ini adalah laki-laki. Rambut warna-warni maaupun tambahan lensa kontak yang juga berwarna-warni menambah pesona band-band rock Jepang ini. Bukan hanya kostum yang “menarik” saja yang banyak dipakai oleh para musisi rock Jepang ini. Bahkan kostum yang terkesan “asal-asalan” pun ada yang memakainya. Misalnya seperti yang dikemukakan oleh subjek CH berikut ini:

Iya. Lek katane temenku, itu paling bajane satu kain jadi orang lima. Sing ini kethok celana., eh celanae kethok kepanjangan, templekno lengane he..he.. (CH0111LK/471-472)

Apapun penampilan yang ditunjukkan oleh banyak grup band rock Jepang ini, entah itu laki-laki yang tampil bak seorang wanita, tampil dengan wajah yang seram, atau tampil bagaikan super hero yang ada di film-film kartun. Itu semua tetap menjadi daya tarik yang tak terpisahkan dari musik *J-Rock* yang telah berhasil memikat banyak penggemarnya.

### **Dukungan dari orang terdekat dan komunitas**

Selain dua hal di atas yaitu nilai-nilai pribadi tentang musik serta daya tarik dari musik *J-Rock* itu sendiri, ada satu hal lagi yang sangat mempengaruhi loyalitas penggemar musik *Japanese rock* ini. Tidak lain dan tidak bukan adalah dukungan orang-orang yang berada di sekitar mereka, baik itu keluarga sebagai orang-orang yang terdekat, teman, maupun komunitas yang berisi orang-orang dengan kesukaan yang sama.

Keluarga sebagai orang terdekat, rupanya sangat memegang peranan yang sangat penting di mata para penggemar *J-Rock* yang menjadi subjek penelitian ini. Dukungan keluarga yang mungkin seringkali tidak disampaikan secara langsung, menjadikannya sebagai kekuatan tersendiri yang menunjang kelangsungan hobby dari para penggemar *J-Rock* ini untuk tetap bersentuhan dengan musik *J-Rock*.

Dari keempat subjek penelitian ini hanya satu yang bermasalah dengan kecintaannya terhadap musik *J-Rock* ini. Selebihnya menyatakan bahwa keluarga mereka tidak ada masalah dengan selera musik mereka ini. Misalnya subjek HE, anak sulung dari tiga bersaudara menyatakan tidak ada hambatan dari keluarganya mengenai musik *J-Rock* yang menjadi kesukaannya tersebut. Keluarganya cenderung demokratis dan membebaskan HE untuk melakukan apa yang ia inginkan, selama itu tidak mengganggu orang lain.

AY, subjek yang berasal dari pulau Dewata ini menyatakan bahwa keluarganya juga tidak ada masalah dengan selera musiknya. Sulung dari dua bersaudara yang telah menggemari musik *J-Rock* selama kurang lebih tujuh tahun ini menegaskan bahwa keluarganya tidak pernah membatasi apabila itu

menyangkut urusan selera, tak terkecuali selera musik. Adik laki-laki subjek juga seorang pecinta musik, namun kurang menyukai musik-musik *J-Rock* seperti halnya dirinya. Adiknya adalah penikmat musik-musik rock Barat.

“Ndak.., ndak..., ndak pernah. Karena memang kalau untuk urusan selera orang tuaku tidak pernah membatasi. Adikku juga mau suka-suka apa..., suka musik yang rasanya aku nggak bisa denger itu, misalnya lagunya ke barat, terus musiknya ke timur itu. Itu mbuletnya Metallica itu... he..he.. nggak tahu.” (AY2110RT/252-255)

Perbedaan selera musik AY dan adiknya tidak menjadi masalah dalam keluarga tersebut. Walaupun berbeda selera, keduanya saling menghormati dan mendukung hobby masing-masing.

Yang paling merasakan dukungan dari keluarga dalam penelitian ini adalah RA. Bungsu dari dua bersaudara ini menyatakan bahwa kedua orang tuanya sangat mendukung hobby-nya mendengarkan musik-musik *J-Rock* ini. walaupun dukungan tersebut tidak disampaikan secara langsung, yang jelas orang tua subjek RA tidak pernah melarangnya untuk mendengar musik-musik Jepang ini. Bahkan sang orang tua, kini ikut bersenandung bila mendengar musik-musik Jepang yang diputar oleh subjek meski awalnya sempat protes karena tidak paham akan bahasanya.

“Iya. Nggak.. mereka ya nggak ngomong aku mendukung, nggak. Tapi mereka.. yang jelas mereka nggak ngelarang aku ndenger-ndengerin Jepang.” (RA1611SM/276-277)

RA memang sangat beruntung. Selain mendapatkan dukungan dari kedua orang tuanya, ia juga mendapatkan dukungan dari sang kakak yang memang juga seorang penggemar *J-Rock*. Bahkan kini mereka tergabung dalam band yang sama, sebuah band yang sangat *ter-influence* dengan musik-musik Jepang,

khususnya *J-Rock* ini. Kekompakan dua saudara ini sudah tidak diragukan lagi, mulai berburu koleksi bersama yang dilakukannya di dalam dan luar negeri, hingga tergabung dalam sebuah band yang sama ini. Bahkan saat keduanya tinggal berjauhan pun, komunikasi tidak pernah putus, termasuk masalah *J-Rock* ini. Inilah salah satu faktor yang menyebabkan RA masih tetap menyukai *J-Rock* hingga saat ini.

Subjek CH rupanya adalah yang paling tidak mendapatkan dukungan keluarga atas kecintaannya pada musik *J-Rock* ini. Mahasiswi teknik informatika semester awal ini justru mendapatkan tentangan dari sang ibu berkaitan dengan hobby-nya ini. Ditambah lagi anggota keluarga yang lain tidak ada yang menyukai musik *J-Rock*. Hanya sang adik yang sedikit suka terhadap *J-Rock*, namun hanya terbatas pada yang *ballads* saja.

Kehadiran orang lain diluar keluarga, juga bisa menunjang berkembangnya hobby para penikmat musik rock Jepang ini. Orang lain seperti sepupu atau teman bisa sangat membantu kelangsungan eksistensi para penikmat musik ini. Melalui orang lain mereka bisa mendapatkan berbagai hal yang berkaitan dengan musik ini, mulai sekedar informasi hingga mendapatkan koleksi.

HE contohnya, ia memiliki teman di luar kampusnya yang anggota komunitas musik Jepang, dari teman tersebut HE mendapatkan album-album *J-Rock* yang diinginkannya. Teman HE tersebut juga tempat HE untuk bertukar pikiran. Dulu HE juga memiliki saudara yang sekolah di Jepang. Sang saudara

tersebutlah yang membantu HE untuk mendapatkan album-album yang tidak bisa ia dapatkan di Indonesia.

“Ee... Kebetulan saya punya saudara yang dulu sekolah disana. Ada juga yang kerja di sana gitu lho, di Jepang. Jadi tinggal telpon aja, aku titip albumnya ini, pulang dibawain.” (HE1210RK/101-102)

Pentingnya orang lain yang membantu terbentuknya loyalitas subjek penelitian ini juga dirasakan AY. Subjek yang berprofesi sebagai dokter gigi ini mempunyai seorang teman yang sekolah di Jepang, dan kebetulan sepupunya pernah pergi beberapa bulan ke sana, hal ini ia manfaatkan untuk menitip koleksi album *J-Rock* favoritnya. Terkadang subjek-subjek penelitian ini juga memiliki teman-teman di kota lain yang perkembangan musik Jepang-nya bisa dikatakan lebih pesat. Melalui teman-teman mereka inilah, koleksi maupun informasi dapat diperoleh. Keberadaan jaringan ini akan menjaga loyalitas konsumen musik rock asal Jepang ini.

“Iya sungguh. Temenku sing ndek Bandung itu kadang-kadang SMS. Aku kan sering barter, aku sering barter sama temanku sing ndek Bandung sama Semarang. Tapi lumayan sering sama sing ndek Bandung. Jadi.. moro-moro gitu SMS, eh. Gini, ini keluar baru lho.., gitu.” (CH2710KS/435-437)

Komunitas mempunyai peran yang hampir sama dengan orang-orang di sekitar subjek tadi. Komunitas dapat menjadi suatu media yang menjaga subjek untuk tetap loyal atau tetap suka kepada musik *J-Rock*. Komunitas adalah tempat berkumpulnya orang yang mempunyai latar belakang sama, maka anggotanya akan merasa senasib sepenanggungan. Komunitas merupakan tempat yang tepat untuk berinteraksi antara sesama penyuka *J-Rock*. Selain itu komunitas juga bisa sebagai ajang diskusi.

“Ya..., bisa jadi ajang diskusi sebenarnya, kalau aku pikir ya. Kita nggak..., kita itu komunitas yang kecil, nggak banyak yang suka. Nggak..., nggak..., kita pasti kalah lah dibanding dengan yang suka musik barat gitu lho. Mungkin bisa jadi ajang diskusi, bisa jadi ya..., apa ya? Interaksilah sesama yang suka. Soalnya kan nggak, ya kaya aku tadi... aku pernah ada di komunitas yang pernah aku cerita tadi gitu lho. Ya itu masalahnya nggak enak, tapi begitu ketemu sama orang yang sama-sama suka, sama-sama... eh kamu pernah lihat ini, pernah lihat ini, kamu udah denger ini, udah denger ini, kayaknya ya seru aja gitu lho. Apalagi kalau punya kecintaan yang sama gitu lho. Saling menyombong he..he..., nggak sih, tapi bisa saling tukar, saling tukar informasi. Minimal tukar anulah, *website* yang pernah dikunjungi, aku pernah dapat ini di sini, aku pernah dapat ini di situ. Lak lebih enak sih ndapetannya daripada harus *browsing* sendiri.” (AY2110RT/364-374)

Para subjek juga mengaku mendapat tambahan teman dengan adanya komunitas. Selain itu mereka bisa mendapatkan tambahan koleksi dengan membeli CD ataupun barter di dalam komunitas. Kota Surabaya, tempat penelitian ini berlangsung sebenarnya telah ada komunitas pecinta kebudayaan Jepang, termasuk musik *J-Rock* ini di dalamnya, namun yang menarik, walaupun rata-rata menunjukkan ketertarikannya untuk mengikuti komunitas, hanya satu subjek saja dalam penelitian ini yang menjadi anggota komunitas tersebut. Itupun tidak terlalu aktif dalam setiap kegiatannya.

### **C.3.3. Bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh konsumen musik *J-Rock***

Apabila seseorang sudah suka atau loyal terhadap sesuatu, tentunya ia akan menunjukkan loyalitasnya tersebut, entah apapun bentuknya. Penelitian ini mengidentifikasi adanya bentuk-bentuk loyalitas terhadap musik *Japanese Rock*. Hal ini dirangkum dalam tiga bentuk loyalitas yaitu komitmen terhadap musik *J-Rock*, penerimaan resiko demi mendapatkan album-album *J-Rock*, dan

yang terakhir adalah *J-Rock* yang sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari hidup. Untuk itu, hal ini akan dikupas satu persatu.

### **Komitmen terhadap musik *J-Rock***

Suka terhadap sesuatu, berarti kita telah menyatakan komitmen kepadanya. Suka terhadap *J-Rock* berarti para penggemar-nya berkomitmen kepada musik ini. Berbagai bentuk komitmen ditunjukkan sebagai ekspresi kecintaan pada musik *J-Rock*. Salah satu komitmen yang ditunjukkan para subjek penelitian ini adalah dengan belajar bahasa Jepang. Ini merupakan pola umum yang muncul dalam setiap subjek penelitian ini.

Keinginan subjek untuk belajar bahasa Jepang didorong oleh keingintahuan mereka akan arti lirik dari lagu-lagu *J-Rock* Mereka yang awalnya tertarik pada musiknya, tertarik juga dengan bahasanya.

“Ee...gini, saya pas ndengerin lagunya itu, dengerin musiknya aja udah seneng gitu lho. Terus bahasanya kok asik juga ya? Pengen... Lagian saya juga liat-liat film Jepang itu ngomong gini kok sayang gitu lho kalo nggak ngerti. Terus dikit-dikit ngertilah. Terus akhirnya aku les gitu lho di Nice Center itu.” (HE1210RK/48-51)

“Enggak kalau dulu. Kalau dulu asal ngikut aja. Mereka nyanyi apa ya terserahlah gitu lho. Terus lama-lama setelah aku mulai les gitu, terus aku ya penasaran juga gitu. Sebenarnya mereka ini ngomong apa sih...?, gitu lho. Mereka ngomong apa mungkin aku tahu, tapi apa sih maksudnya mereka nyanyiin ini? Maksudnya yang mau mereka sampein itu apa...?, gitu lho. Sama juga kalau kita ndengerin lagu bahasa Inggris kan? Kita kan ya kadang-kadang nggak nelan begitu saja gitu lho. Ya ok aku itu nyanyi, nyanyi, nyanyi, nyanyi... gitu, tapi setelah tahu maksudnya ternyata jadi tambah suka sama lagunya. Biasanya aku gitu. Aku jadi lebih suka sama lagunya ya karena aku tahu maksudnya apa, gitu aja?” (AY2110RT/128-135)

Ketertarikan untuk mengerti isi lirik dari lagu-lagu Jepang tersebut mendorong para penggemarnya untuk belajar bahasa Jepang secara lebih intensif. Banyak diantara mereka yang mengikuti les, bahkan ada yang hingga 4 tahun, namun banyak pula yang memilih untuk belajar otodidak. Bagi yang belajar secara otodidak mereka biasa menghafalkan tidak kurang dari dua atau tiga kata dalam kamus bahasa Jepang setiap harinya.

Setelah belajar bahasa Jepang secara intensif, rata-rata para subjek penelitian ini bisa lebih mengerti makna yang disampaikan oleh tiap-tiap lagu *J-Rock*. Bila mereka sudah bisa memahami makna ataupun arti dari lirik lagu tersebut, mereka akan tambah suka.

Belajar bahasa Jepang memang adalah salah satu hal yang menggambarkan komitmen para penggemar *J-Rock* ini. Dengan belajar bahasa Jepang, mereka akan lebih total untuk suka terhadap musik-musik *J-Rock* karena sudah tidak menemui kendala bahasa. Walau awalnya mereka sudah menyukai musik-musik Jepang meski belum mengerti bahasanya.

Berikutnya, komitmen yang sering ditunjukkan oleh para penggemar *J-Rock* ini adalah “berpromosi” tentang musik *J-Rock* ini kepada orang-orang terdekat mereka. Menceritakan tentang keunggulan musik ini, bahkan mempengaruhi orang-orang terdekat mereka untuk suka terhadap aliran musik ini, terlepas itu akan mendapat tanggapan yang positif ataupun tidak. Keinginan untuk mempengaruhi orang lain untuk suka kepada musik *J-Rock* atau sekedar berpromosi tentang musik ini bukannya tanpa alasan. Hal ini didorong karena



kecintaan dan rasa ikut memiliki yang tinggi terhadap aliran musik rock asal Jepang ini.

Mempengaruhi untuk suka terhadap musik *J-Rock* atau sekedar menceritakan tentang musik ini kepada orang-orang terdekatnya, ternyata pernah dilakukan oleh semua subjek penelitian ini. Subjek HE misalnya pernah mempengaruhi seorang temannya yang sering mengolok-oloknya untuk mendengarkan musik *J-Rock*. Sang teman yang awalnya mengejek selera musik HE ini, malah berbalik menyukai musik-musik *J-Rock*.

Orang-orang yang dekat dengan para penggemar musik Jepang ini, seperti saudara ataupun teman-teman dekat adalah sasaran utama untuk memperkenalkan musik *J-Rock*.

“Adikku kuracuni tapi ya biasa aja, suka-suka biasa aja. Soalnya gimana ya? Ee.. kita agak susah untuk total suka sama sesuatu yang kita tidak terlalu mengerti kan?” (AY2110RT/237-238)

“Ya. Jelas itu. Ini aja..., waktu aku di Blitar aja, temanku waktu SMA itu, lagu-lagu itu.. kan di Blitar sama sekali nggak ngerti lagu *J-Rock* teman-temanku SMA dulu. Itu yang tak... wis ini lho, lagu-lagu Jepang, nggak usak mbok dengerin kata-katanya, wis yang penting enak apa enggak? Dia..., alhamdulillah yang tertarik juga banyak ternyata. Sampai sekarang itu jadi.., kayak aku gini yang seneng Jepang itu buanyak. Buanyak sekali.” (RA2610SM/330-334)

Selain memperkenalkan musik *J-Rock* tersebut kepada orang-orang terdekat mereka, para pecinta musik ini juga memperkenalkan musik ataupun band-band yang beraliran *Japanese Rock* ini kepada orang-orang yang memang menyukai musik-musik Jepang. Hal ini mereka anggap lebih efektif, karena lebih mudah untuk mempengaruhi orang-orang yang memang suka dan mengerti musik-musik Jepang.

Berbagai sambutan pun mereka terima kala memperkenalkan musik ini ke orang-orang terdekat, dari sambutan yang baik hingga respon yang kurang menyenangkan. Ada kepuasan pribadi dalam diri penggemar *J-Rock* apabila berhasil untuk mempengaruhi orang-orang terdekat mereka untuk suka terhadap aliran musik ini. Mereka merasa ikut bertanggung jawab atas perkembangan musik ini. Hal ini didorong oleh rasa memiliki yang cukup tinggi di kalangan penggemar musik *J-Rock*

Para penggemar *J-Rock* ini juga sering mendapat tentangan dari lingkungan sekitar mereka, bukan hanya saat mereka “berpromosi”, namun juga dalam kehidupan sehari-hari. Tentangan tersebut biasa datang dari orang-orang yang berinteraksi dengan mereka sehari-harinya. Bisa dari keluarga, saudara, atau teman.

Pada penjelasan terdahulu disebutkan bahwa hampir seluruh keluarga subjek penelitian ini mendukung kegemaran mereka akan musik *J-Rock*, kecuali salah seorang subjek. CH adalah subjek yang justru mendapatkan tentangan dari keluarganya, terutama sang ibu. CH yang tinggal kos di Surabaya ini bahkan merasa tidak nyaman ketika pulang ke rumahnya, di kota lain di Jawa Timur. Ia merasa tidak mempunyai kebebasan untuk mendengarkan musik-musik *J-Rock* kesukaannya.

“Kan aku mesti pulang... lek pulang lama, mbawa komputer. Ya isinya MP3 ku kan ya lagu-lagu gitu. Mamaku itu mesti ngamuk-ngamuk, “kamu itu dari pagi kok ndengerno lagu gedubrak-gedubrak gini terus, patenono!” ya itu. Jadi kadang ndek rumah itu nggak enak, nggak bisa ndengerno lagu keras-keras.” (CH2710KS/113-116)

Ibu subjek CH memang terkesan sangat mengatur kehidupan subjek. Dari urusan memilih sekolah, memilih pakaian, bahkan selera musik CH pun biasa diatur oleh sang ibu. Dulu CH pernah suka terhadap musik-musik yang dilantunkan oleh banyak grup *boyband* yang menjamur kala itu, itu pun atas peran serta sang ibu yang juga suka terhadap *boyband*. Pernah juga CH suka musik-musik klasik, namun sang ibu tidak memperbolehkannya mendengarkan lagu-lagu itu, yang menurut sang ibu membuat mengantuk, CH pun menurut. Namun ketika sang ibu melarang kesukaannya untuk mendengar musik *J-Rock* ini, CH tidak bersedia untuk meninggalkannya. Kecintaannya sudah sedemikian besar terhadap aliran musik ini. Menentang sang ibu merupakan salah satu komitmen CH terhadap musik *J-Rock*, yang menurutnya membantu lepas dari kekangan sang ibu.

Tiga orang subjek lain penelitian ini memang tidak mengalami tentangan dari dalam keluarga, namun mereka sempat mendapat tentangan di dalam pergaulan mereka, terutama dengan teman-teman mereka. Mereka merasa bahwa teman-teman mereka kurang menghargai selera musik yang mereka pilih. Selera musik yang cenderung berbeda dengan teman-teman mereka, memunculkan semacam stigma yang negatif dalam pergaulan mereka. Walau mendapatkan tentangan dari lingkungan, para penggemar musik *J-Rock* ini tetap bertahan dengan selera musik mereka. Segala tudingan negatif yang mengarah pada mereka, tidak mereka hiraukan. Komitmen mereka tampak sedemikian tinggi kepada musik *J-Rock* ini.

“Waktu dulu aku kuliah di Jakarta ya... kan aku seneng banget sama lagu-lagu Jepang ya. Dan temen-temenku sendiri ternyata sedikit sekali yang tahu tentang Jepang gitu lho. Ya kayak musik-musik Jepang itu mereka dilecehkan gitu lho. Apa maksudnya? Lo maen...

lo ndengerin lagu apa sih? Gak ngerti juga bahasanya, kayak gitu-gitu lah. Tapi namanya juga orang seneng, jadi ya... bodo amat, mau suka mau enggak.” (RA2610SM/97-101)

Selain mendapatkan tentangan, atau cemoohan dari orang-orang sekitar mereka berkaitan dengan musik *J-Rock* yang mereka sukai, subjek penelitian ini juga seringkali mendapat sebutan-sebutan atau label yang melekat pada mereka. Label-label ini diberikan karena hobby mereka mendengarkan musik yang tidak lazim ini. Sebut saja HE yang sempat mendapatkan label sebagai orang yang “kekanak-kanakan”. Menurut teman-teman HE, ia menyukai lagu Jepang yang memang identik dengan film anak-anak.

Teman-teman kos AY menyebut bahwa setiap hari di kamar AY ada “pemujaan”. Label ini diberikan mengingat hanya di kamar AY-lah yang memutar lagu-lagu dengan bahasa yang berbeda.

“terus ya.. seperti yang dibilang sama teman-temanku di sini..., saban hari itu ada pemujaan di kamarku he..he.. Gara-gara satu-satunya kamar yang muter lagu dengan bahasa berbeda itu cuma aku. Kok nggak ada yang mengerti itu sebenarnya itu apa, kecuali aku. Makanya dibilang pemujaan di kamarku.” (AY2110RT/107-110)

Subjek CH, juga tidak lepas dari label-label yang diberikan oleh teman-temannya. Selera musik CH yang tergolong aneh di telinga teman-temannya, menyebabkan CH mendapatkan label “abnormal”. Hal ini tidak terlalu ditanggapi serius oleh CH, ia menganggap teman-temannya itu sedang bercanda. Kesukaan CH terhadap musik *J-Rock* yang bernuansa *gothic*, menyebabkan CH mendapat sebutan lain di kalangan teman-temannya, yaitu “anak setan”.

Segala bentuk tentangan, cemooh, ataupun pemberian julukan terhadap para penggemar *J-Rock* yang menjadi subjek penelitian ini, tidak menyurutkan

kecintaan mereka terhadap musik *J-Rock* ini. Walaupun tentangan itu berasal dari sang ibu sekalipun. Cemoohan atau julukan yang melekat kepada mereka, telah mereka anggap hal biasa. Ini menunjukkan komitmen yang sangat tinggi terhadap musik *J-Rock* yang sangat mereka puja.

Komitmen para penggemar musik *J-Rock* ini tidak hanya berpusat pada musiknya semata, namun juga ditunjukkan pada barang-barang mereka yang tentunya berkaitan dengan *J-Rock* ini. Baik itu berupa barang-barang koleksi maupun barang-barang lain yang berhubungan dengan musik ini. Mereka cenderung memuja barang-barang ini sebagaimana mereka memuja musiknya. Mereka pastilah memiliki barang-barang yang menjadi kesayangan mereka, yang tentunya barang-barang ini berhubungan dengan musik *J-Rock*.

Subjek CH misalnya, ia merasa barang yang paling bernilai bagi dia saat ini adalah harddisk dari komputernya. Menurutnya *harddisk* tersebut memuat ribuan koleksi lagu-lagu *J-Rock* kesukaannya. Dan apabila barang tersebut rusak, ia akan sangat kehilangan.

CD-CD koleksi juga menjadi barang kesayangan bagi para penggemar musik *J-Rock* ini. Beberapa diantaranya menjadi barang yang paling dibanggakan. Perjuangan ekstra untuk mendapatkan CD-CD koleksi tersebut ataupun label *limited edition* menjadi alasan mereka untuk mengistimewakan koleksi tersebut. Belum lagi harga selangit yang mereka keluarkan untuk membeli produk rekaman tersebut, menambah rasa sayang mereka terhadap koleksinya.

“Ada ya. Cuman.. sik, hmm kayaknya..., kayaknya anu.. yang.. aku dapat.. ini, albumnya.. album solonya Hyde yang pertama, Rontgent. Itu *limited edition*, eh.. setelah itu terus rata-rata yang aku cari itu

yang limited edition. Tapi itu adalah album baru gitu.. maksudnya dalam artian.. sebelum Hyde, Rontgent, itu yang aku punya, itu semuanya itu yang *second*. Tapi ini album yang baru dan special edition pula dan dapetnya setengah mati nyarinya ya, karena bener-bener harus.. Waktu itu tuh sudah.. bisa dibilang mungkin sudah telat ya nyari, sudah habis gitu di pasaran. Sebenarnya.. yawis lah kalau misalnya habis di pasaran, ya wis lah, aku tak yang reguler aja, gitu lho. Eh ternyata itu.. aku dapat satu itu, *special edition*, dan aku tidak.. aku nggak akan heran kalau cuman aku yang punya, di sini. Di Indonesia dari lima.. rasanya lima, ada lima di Indonesia. Itu yang.. aku punya satu.” (AY1111TR/293-302)

“Aku punya itu..., paling suka itu punyanya Malice Mizer itu albumnya itu namanya anu... Barock. Satu CD itu..., satu CD itu yang ada *booklet*-nya, jadi ada kayak ceritanya juga. Itu tuh di Singapura aku beli, itu harganya itu kalau dikurs-in mungkin empat ratus ribu. Itu pun cuma ada satu di Singapura itu. Itu aku tak cari di mana-mana sudah nggak ada itu. Di Indonesia-pun juga nggak ada. Aku pesen di Kojitsu pun yang nggak ada itu thok aku. Ya mungkin... sudah nggak pernah ada lagi mungkin, cari mungkin di Jepang itu. Aku dapet itu tak eman-eman beneran itu. Sobek aja sampulnya itu sampai tak isolasi.” (RA2610SM/457-463)

Mempunyai barang kesayangan, tentunya harus disertai komitmen untuk merawatnya. Subjek AY misalnya, mempunyai cara tersendiri untuk merawat koleksi kesayangannya. Ia biasa untuk meng-*copy* CD-CD aslinya, dan yang ia putar hanya CD *copy*-nya, tidak pernah ia putar CD aslinya. Hal ini dilakukan karena ia takut apabila CD asli yang ia beli dengan susah payah tersebut menjadi rusak, maka ia hanya memutar CD *copy*-nya saja. Hal ini juga dilakukan oleh subjek RA yang merawat koleksinya dengan sangat ekstra, sehingga saat sampulnya sobek, ia segera membetulkannya dengan memberikan isolasi. Ini juga menunjukkan betapa kecintaan subjek terhadap barang-barang yang berkaitan dengan musik *J-Rock* ini sebagaimana mereka sangat memuja musiknya.

### **Menerima segala resiko demi mendapatkan album-album musik *J-Rock***

Cinta membutuhkan pengorbanan. Kecintaan para penggemar *J-Rock*, terutama yang menjadi subjek penelitian ini sangatlah diuji. *J-Rock* adalah musik yang tidak populer di negara ini seperti halnya musik rock Barat yang dengan mudah kita temukan albumnya di toko-toko kaset, atau bahkan pada penjual CD-CD bajakan di emperan toko. Album-album musik *J-Rock* sangatlah sulit untuk didapatkan, apabila ada, itupun terbatas hanya band-band tertentu. Harus ada upaya yang “lebih” dari para penggemarnya untuk mendapatkan album-album musik *J-Rock* ini.

Keterbatasan album-album musik *J-Rock* di Indonesia diakui oleh seluruh penggemar *J-Rock* yang menjadi subjek penelitian ini. Peredaran album *J-Rock* di Indonesia masih kalah dengan musik Mandarin, atau bahkan jenis musik Jepang yang lain, *J-Pop*. Para penggemar *J-Rock* dituntut untuk mencari sendiri secara aktif untuk tetap dapat menikmati musiknya.

“Terlalu sedikit yang masuk ke Indonesia, jadi kita tuh memang benar-benar diharapkan untuk mencari sendiri. Jadi kalau kamu memang mau.., ya cari’o dewe gitu lho.” (AY1111TR/355-356)

Kesulitan untuk mendapatkan album *J-Rock* ini mendorong para penggemarnya untuk membeli album-album tersebut dari negara asalnya. Misalnya AY, yang mempunyai seorang teman yang sekolah di Jepang, ia biasa menitip CD-CD *J-Rock* kepadanya, walau tentunya dengan harga yang tidak murah. Hal ini pernah disiasati AY dengan membeli CD-CD *second*, yang memang dijual di Jepang. Namun untuk album-album terbaru, tidak dapat ditemukan di penjual CD *second*. Untuk itu ia biasa memesannya lewat internet. Band pujaannya sebenarnya sudah

bisa ditemui albumnya di toko-toko kaset, karena memang sudah diproduksi di Indonesia, namun karena urusan kualitas, produk Jepang masih tetap menjadi pilihannya.

Subjek-subjek yang lain juga merasakan kesulitan untuk mendapatkan album-album *J-Rock*. Seiring dengan bertambahnya para penggemar musik *J-Rock* di Indonesia, maka album-album bisa didapatkan lewat komunitas atau orang-orang yang memang sengaja menjualnya. Inipun hanya CD-CD hasil penggandaan dari CD aslinya, bukan CD original.

Sebenarnya, para penggemar musik *J-Rock* ini lebih suka untuk membeli produk asli, namun karena terbatasnya album-album *J-Rock* yang beredar di Indonesia mendorong mereka untuk membeli album bajakan, itupun tidak bisa didapatkan di sembarang tempat. Mereka umumnya tidak mempermasalahkan dari mana album-album tersebut berasal, yang penting indera pendengar mereka tetap terpuaskan dengan alunan musik *J-Rock*.

Tidak semua album *J-Rock* tersedia di Indonesia, walau bajakannya sekalipun. Banyak penggemar yang hingga saat ini masih merasa kesulitan untuk mendapatkan album-album musik *J-Rock* kesukaannya.

“Kalau ndek sini nggak mungkin nyelengi, mau beli ndek mana? Apalagi aku suka’e *indies*, *indies* itu ndak mungkin masuk ndek sini. Jadi aku biasae lek.. oh mari gini album ini keluar, tanggal itu aku ke warnet he..he.. *Download*.” (CH2710KS/246-248)

Untuk tetap dapat menikmati musik kesukaannya, yang tidak bisa mereka dapatkan di Indonesia tersebut, para penggemar musik rock asal Jepang ini memilih untuk men-*download*-nya lewat situs-situs internet. Situs-situs ini biasa



menyediakan lagu-lagu *J-Rock* namun jumlahnya juga terbatas. Mendapatkan lagu-lagu *J-Rock* lewat internet bukannya tanpa halangan, ini jelas memakan waktu yang tidak sedikit.

Segala kesulitan yang dihadapi oleh para penggemar musik *JapaneseRock* ini untuk mendapatkan album-album favorit mereka, tidak menghalangi tekad mereka untuk tetap menjadi pendengar setia aliran musik ini. Hal-hal yang mungkin bagi sebagian orang tidak lazim untuk dilakukan, bagi penggemar musik ini apapun akan ditempuh untuk mendapatkan album-album musik rock Jepang ini. Mulai membeli produk original asal Jepang, hingga duduk berjam-jam di depan komputer untuk men-*download* lagu-lagu asal negeri matahari terbit ini dijalani dengan suka cita. Semua resiko untuk mendapatkan album-album yang tergolong “langka” di Indonesia ini diterima dengan penuh keikhlasan. Ini menunjukkan bahwa mereka benar-benar penggemar musik *JapaneseRock* yang sejati, penggemar *J-Rock* yang benar-benar loyal.

Loyalitas penikmat musik Jepang ini kembali dibuktikan ketika harus berhadapan dengan harga album-album *J-Rock* yang memang terkadang berada jauh di atas album-album Barat atau Indonesia. Subjek AY yang berprofesi sebagai dokter gigi, adalah salah satunya. Perempuan ini selalu membeli produk-produk asli dari Jepang, walau terkadang ia merasa itu sangat menguras kantongnya.

“Semua ludes, tercekik aku abis itu... wah nggak bisa beli apa-apa.”  
(AY2110RT/159-160).

Namun semua itu tetap menjadi pilihan hidupnya. Walaupun isi kantong terkuras, yang penting indera pendengarnya tetap terpuaskan dengan alunan musik rock

asal negeri *Samurai* ini. Bahkan ia sempat menegaskan, apabila band idolanya mengadakan konser di Indonesia, ia akan meminjam uang gajinya bulan depan untuk menonton konsernya yang ia perkirakan tiketnya akan berharga hingga hampir Rp. 1.000.000,00.

Para penggemar musik cadas asal Jepang ini merasa rela untuk membeli album-album *J-Rock* yang berharga lebih mahal dari harga album-album rekaman biasa, bila memang album-album tersebut tersedia di Indonesia. mereka bahkan bersedia untuk menyiapkan budget khusus untuk itu apabila memang tersedia album-album *JapaneseRock* di Indonesia dengan harga yang di atas standar album-album rekaman yang beredar di pasaran. Harga yang tinggi adalah sesuatu yang pantas dibayar dan ini adalah hal yang biasa dan setara untuk memuaskan hasrat mereka yang haus akan musik-musik rock Jepang. hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh subjek RA berikut:

“Masalahnya hobby itu nggak bisa diukur dengan materi kan? Kalau misalnya hobby ya gimana?” (RA1611SM/279-280)

Kesenangan para subjek penelitian ini terhadap musik *J-Rock* tidak bisa dinilai dengan apapun. Ibarat pepatah, gunung pun akan didaki, lautan akan diseberangi demi mendapatkan album rock Jepang ini dan demi menunjukkan kecintaan yang mendalam terhadap aliran musik ini.

### **J-Rock sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam hidup**

Para subjek penelitian ini sudah menjadi penggemar musik rock asal Jepang ini selama bertahun-tahun. Loyalitas mereka pun sudah teruji. Saat ini

musik *J-Rock* telah menjadi bagian dari kehidupan mereka. Pengaruhnya pun sangat kental mewarnai kehidupan mereka.

Pengaruh yang umum mewarnai penggemar musik *Japanese Rock* ini adalah dandanan atau style berpakaian mereka yang terinspirasi dandanan para musisi *J-Rock*. Walaupun tidak selalu berdandan ala musisi *J-Rock*, namun sesekali para subjek penelitian ini pernah meniru dandanan musisi *J-Rock*, meski tidak spesifik meniru siapa? Bukan kostum panggung yang mereka pakai untuk meniru musisi idolanya, namun hanya sebatas memakai pernak-pernik seperti yang dikenakan oleh musisi idolanya tersebut.

“Tapi ada sih, cuma aku nggak bisa bilang spesifik kayak apa ya susah. Mungkin dandanan ya. Kalau aku lihat ya, untuk anak-anak komunitas, dandanan. Bisa dilihat itu dia niru siapa? Ya mungkin bukan niru kostum panggung, gila aja kemana-mana pergi ke Mall pakai kostum panggung. Kaya gitu..” (AY2110RT/384-397)

“Aku ndak niru sih, cumanya aku ndak spesifik niru siapa. Jadi bisa jadi misalnya gelang ini niru siapa, ini niru siapa, itu niru siapa.. kan ndak bisa. Aku sih Laruku.” (AY2110RT/400-401)

Subjek HE dan RA, dua orang pemain band ini mendapatkan pengaruh lain selain dandanan, yaitu style bermusik mereka. Kebetulan dua orang subjek ini tergabung dalam satu band yang sama. Sebuah band yang sangat ter-*influence* oleh musik-musik *Japanese Rock*. HE mengaku sangat terpengaruh oleh *J-Rock*, ia yang dulunya adalah penggemar grup rock barat semacam Van Hallen atau Bon Jovi, mengubah aliran musiknya ke arah *Japanese* sejak setahun setelah ia mengenal musik *J-Rock*. Dandanan ketika manggung pun berubah ke arah *Japanese*. Saat ini, pakaian serba hitam berbahan kulit pun membalut penampilan di setiap pentasnya. HE yang juga sering mencipta lagu ini, mengaku bahwa lagu-lagu ciptaannya sangat terpengaruh oleh musik *Japanese Rock* ini.

“Kalau Jepang itu soalnya aku pake *influence*-nya buat aku bikin lagu sendiri gitu. *Influencenya* lebih ke Jepang.” (HE1210RK/97-98)

“Iya. Terpengaruh lah. Kalau aku bikin lagu itu malah lebih Jepang daripada anak-anak yang lainnya itu.” (HE1910KK/116-117)

RA, yang kebetulan adalah teman satu band subjek lain penelitian ini, mengemukakan musik *J-Rock* membawa pengaruh yang positif baginya. Walaupun tidak belajar bahasa Jepang secara intensif, RA sedikit demi sedikit ia paham bahasa Jepang. Sama seperti HE, dandanannya ketika di panggung pun ia sangat terpengaruh oleh dandanannya para musisi *J-Rock*, namun gaya yang diikuti memang tidak terlalu ekstrim. Namun itu sudah jauh berubah dari dandanannya dulu, sebelum mengenal musik *J-Rock*.

“Yang jelas ya.., gimana ya? Kalau dalam ngeband itu ya cara berpakaianya itu lho berubah. Aku malah condong ke arah Jepang, aku sudah nggak condong lagi ke arah rock-rock alternatif sekarang pakai baju-baju...., pakai baju-baju yang kayak sekarang ini, nggak. Aku malah suka yang Jepang-Jepang itu, kayak kostum *night art*, sudah dibawa banget gitu lho.” (RA2610SM/230-233)

Sudah bertahun-tahun para subjek penelitian ini bersentuhan dengan musik *J-Rock*. Tentunya kini, musik rock asal negeri matahari terbit ini sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Selain berpengaruh pada dandanannya atau style bermusik, musik ini juga sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari jiwa mereka.

Hal ini diakui oleh para subjek penelitian ini. Mereka merasa *J-Rock* adalah bagian dari jiwanya. Sehingga apabila mereka tidak mendengar musik *J-Rock* dalam sehari saja, mereka akan merasa ada yang kurang dalam hidupnya. Musik *J-Rock* ini seakan sudah mendarah daging dalam diri mereka, dan sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan mereka sehari-hari.

Ya..., *J-Rock* ini sudah merupakan itu ya.. bagian dari jiwa. Soalnya jiwaku ini ya seniman. Jadi pengennya sih nanti jadi musisi sejati gitu ya. Dalam artian *influence*-nya itu banyak banget. Kalau inget musik Jepang sudah menjadi bagian, bagian dalam hidup gitu ya... jadi kalau nggak denger musik Jepang sehari aja, sudah... apa ya? Ada yang kurang gitu. (HE1910KK/282-285)

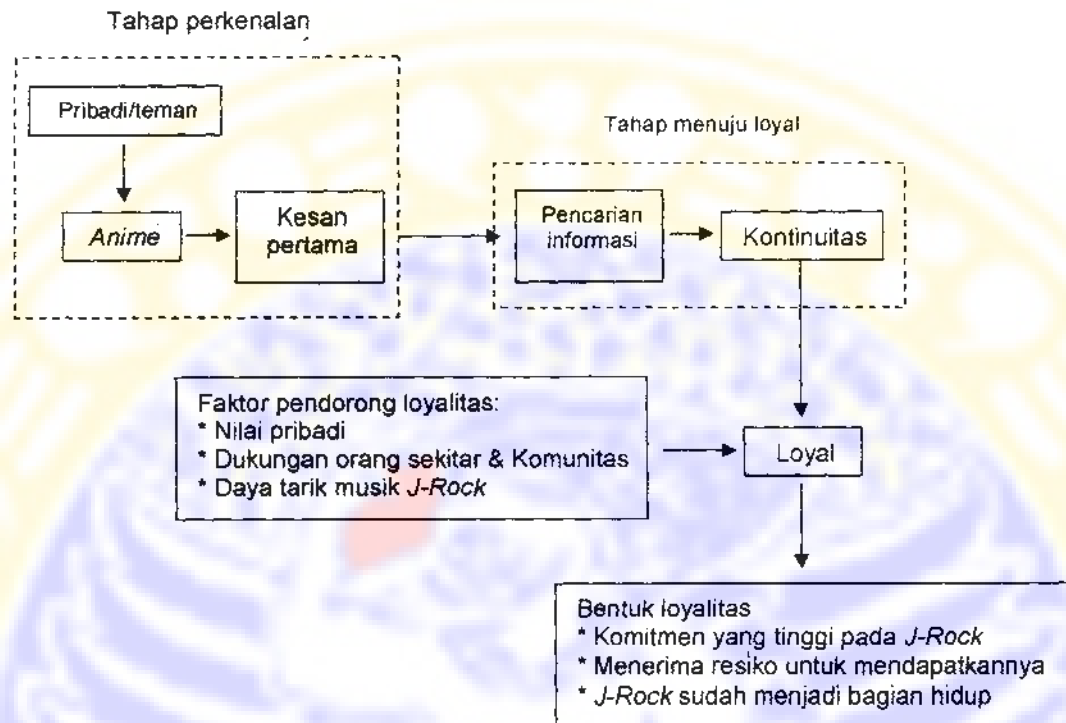
“Nggak... ya apa ya.. sudah mendarah daging. Pokoke yo wis... wis kebiasaan ndengermo *J-Rock* terus. Udah gitu aku wis seneng, seneng soro..” (CH2710KS/531-532)

Senada dengan apa yang disampaikan di atas, subjek AY juga merasa sudah sangat menyatu dengan musik *J-Rock* ini. AY yang tidak bisa tidur tanpa musik menyala, setiap malamnya selalu mendengarkan musik ini, walaupun musiknya yang hingar-bingar, ia akan tetap bisa untuk memejamkan mata. Ia menyatakan bahwa ia tidak akan bakal mati bila tidak ada *J-Rock*, namun *J-Rock* sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupannya. Hingga ia sempat berujar, jika kelak ia menikah, ia ingin salah satu lagu *J-Rock* kesukaannya menjadi lagu latarnya. Pernyataan ini menunjukkan bahwa betapa musik *J-Rock* sudah sangat menyatu dengan kehidupan subjek AY.

“Itu makanya kan aku selalu bilang... eh, aku sampai mikir.. mungkin nanti kalau aku menikah, aku mau lagu *background*-nya ini. Bagus, kata-katanya bagus, maknanya bagus sekali.” (AY1111TR/177-179)

### 3.4. Pembahasan umum

Semua tema yang menjadi temuan penelitian dan telah dibahas di atas bukanlah bagian yang terpisah satu sama lain, namun merupakan bagian integral yang membentuk suatu hubungan yang dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Hubungan antar tema yang menjadi temuan penelitian**

Bagan diatas menunjukkan bahwa proses pembentukan loyalitas adalah suatu proses yang panjang. Dimulai dengan tahap pengenalan. Lewat tahap ini para penggemar *J-Rock* mulai mengenal musik *J-Rock* yang hampir seluruhnya melalui film kartun Jepang (*anime*), baik itu mengenal musik ini secara pribadi maupun dengan perantaraan teman. Perkenalan pertama dengan musik *J-Rock* melalui *anime* ini menimbulkan kesan pertama yang begitu mendalam, tertancap di benak subjek penelitian ini. Mulai kesan aneh, berisik, bahkan menyenangkan timbul ketika pertama kali mendengar/mengenal musik rock asal Jepang ini, namun kesan-kesan ini lah yang mengawali ketertarikan mereka kepada musik *J-Rock* ini.

Masuk ke tahap berikutnya, tahapan dimana para subjek mulai tertarik dan menuju untuk menjadi penggemar yang loyal. Setelah kesan pertama yang begitu berbekas di benak subjek, maka muncullah ketertarikan terhadap aliran musik ini yang ditunjukkan dengan mulai mencari informasi yang berkaitan dengan ini, baik melalui media internet, majalah, atau bertanya pada teman-teman yang lebih dulu menggemarnya. Setelah informasi didapat, sedikit referensi lagu pun mulai ada, maka mereka akan cenderung untuk menikmati musik ini secara terus-menerus atau kontinyu, sehingga musik jenis ini semakin tertancap di benak subjek dan sudah menjadi kebiasaan untuk menikmati musik rock Jepang tersebut.

Apabila ia para subjek ini telah terbiasa untuk mendengarkan musik-musik rock asal negeri matahari terbit ini, tidak mengherankan mereka akan “kecanduan” dan selalu ingin mendengar musik jenis ini. Album-album rekaman pun banyak diburu sehingga menjadikan mereka penggemar yang loyal terhadap aliran musik ini.

Selain karena sudah terbiasa untuk mendengarkan musik *J-Rock* secara kontinyu, loyalitas para penggemar ini juga dipengaruhi beberapa faktor, yaitu:

#### 1. Nilai-nilai pribadi

Nilai-nilai pribadi dari para penggemar, tentang musik yang ideal menurut mereka, memang mengarah pada musik *Japanese Rock* ini. Rata-rata subjek penelitian ini memang menyukai musik yang cenderung cadas.

## 2. Dukungan dari orang sekitar dan komunitas.

Dukungan dari orang-orang di sekitar subjek seperti keluarga, teman, dan juga komunitas Musik *J-Rock* ini, turut andil dalam menjaga loyalitas para subjek penelitian ini terhadap musik *J-Rock*

## 3. Daya tarik Musik *J-Rock*

Selain dua faktor di atas, daya tarik musik *J-Rock* yang kuat juga sangat berperan untuk menjaga loyalitas para penggemar musik. Segala keunggulan musik *J-Rock* dan konsistensi musiknya membuat para penggemar ini untuk tetap tertarik terhadap aliran musik ini.

Loyalitas para penggemar musik rock asal Jepang ini memang tidak usah diragukan lagi. Mereka memiliki komitmen yang sangat tinggi terhadap musik ini. Belajar bahasa Jepang adalah yang umum terjadi untuk menunjukkan kecintaan mereka terhadap musik *J-Rock*. Tentangan dari lingkungan tidak membuat mereka goyah atau berpaling dari musik *J-Rock*. Kesulitan yang mereka temui dalam mendapatkan album-album rekaman musisi idola mereka, tidak menjadikan mereka putus asa. Resiko ini mereka terima sebagai konsekuensi sebagai penggemar musik cadas asal Jepang ini. Kecintaan mereka yang begitu mendalam terhadap aliran musik ini, menjadikan musik *J-Rock* sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Tiada hari tanpa musik *J-Rock* bagi mereka.

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa karakteristik yang secara umum terdapat pada penggemar *J-Rock*, khususnya yang menjadi subyek penelitian ini yaitu 1) Kebanyakan mempunyai latar belakang keluarga yang



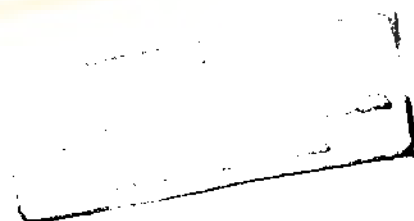
demokratis, yang menghargai selera serta pilihan-pilihan mereka. 2) Tingkat ekonomi adalah menengah ke atas, hal ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan dan juga kemampuan mereka untuk membeli album J-Rock yang mempunyai harga di atas standar. 3) Suka terhadap film-film Jepang sejak kecil, khususnya film kartun (*anime*) dimana musik J-Rock biasa menjadi *soundtrack*-nya, baik sebagai lagu pembuka ataupun lagu penutup. 4) Menyukai musik-musik dengan *beat* relatif cepat atau musik cadas. 5) Adalah orang-orang yang sangat menghargai seni, mengingat lagu-lagu J-Rock bernuansa puitis dari segi lirik.

Penelitian ini menggunakan triangulasi data yaitu menggunakan seorang yang ahli dalam bidang musik *J-Rock*. Hasil temuan penelitian ini ternyata tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh sang ahli tersebut. Hal yang sedikit berbeda dengan pendapat sang ahli di sini adalah mengenai karakteristik penggemar J-Rock. Menurut sang ahli penggemar J-Rock kebanyakan adalah laki-laki, walaupun perempuan pastilah *tomboy* orangnya. Kemudian sang ahli juga mengemukakan bahwa orang yang suka kartun, dan suka menggambar, adalah sangat menggemari musik jenis ini. Hal ini kurang dapat diungkap dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya perbedaan antara teori yang dipaparkan pada bab II, dengan temuan yang ada di lapangan. Contohnya teori tentang pembentukan loyalitas, dalam teori dikatakan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh faktor pasar yang berupa ketersediaan barang/jasa, harga yang terjangkau, serta *loyalty program*. Hal ini dianggap dapat meningkatkan loyalitas. Namun dalam penelitian ini, album J-Rock tidak banyak tersedia, apabila ada pun

harganya di atas standar album rekaman biasa, dan program pendorong loyalitas seperti promosi misalnya, bisa dikatakan sangat kurang. Segala keterbatasan ini masih dapat mencetak penggemar yang loyal terhadap musik J-Rock.

Dimensi loyalitas yang telah dipaparkan dalam bab II, mencatat bahwa konsumen yang loyal pada produk tertentu pasti terus melakukan Pembelian berulang (*repeat purchase*). Untuk konteks penelitian terhadap musik J-Rock ini, peneliti menemukan bahwa subyek tidak selalu membeli untuk mendapatkan album J-Rock, bisa dengan cara *download*, ataupun barter dengan sesama penyuka musik J-Rock, asalkan telinga mereka tetap terpuaskan dengan alunan musik rock asal negeri Sakura ini.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Musik *J-Rock* adalah salah satu musik yang memiliki penggemar yang sangat loyal. Musik ini tidak banyak diekspos di negara ini. peredaran album-album untuk musik ini pun tergolong minim. Namun tetap saja, para penggemar musik ini ingin menikmati alunan musik-musik rock asal negeri Sakura ini. Peneliti menemukan berbagai hal yang berkaitan dengan loyalitas penggemar musik *Japanese Rock* yang dapat ditarik sebagai kesimpulan penelitian ini, yaitu:

##### 1. Proses munculnya loyalitas

Munculnya loyalitas penggemar musik ini diawali dengan kebiasaan mereka untuk menonton film kartun Jepang, dimana musik *J-Rock* biasa menjadi *soundtrack*-nya. Musik-musik ini menimbulkan kesan yang mendalam sehingga informasi mengenai musik ini pun dicari sekaligus album rekamannya. Menyaksikan musik yang selalu mengiringi kehadiran film-film kartun Jepang ini ditambah lagi mendengarkan musik ini secara kontinyu membuat musik tertancap di benak penikmat musik ini dan membuat mereka semakin suka.

##### 2. Faktor-faktor pendorong loyalitas

Loyalitas penggemar musik *J-Rock* yang selalu terjaga ini didorong oleh beberapa faktor, yaitu: 1). Nilai nilai pribadi penggemar musik ini yang memang mengarah kepada musik *J-Rock*. 2). Dukungan dari orang-orang di sekitar penggemar musik ini dan juga komunitas musik ini. 3). Daya

tarik musik *J-Rock* sendiri yang memang sangat memikat para penikmat musik ini.

### 3. Bentuk-bentuk loyalitas

Loyalitas para penggemar *J-Rock* ini ditunjukkan dengan berbagai hal. Mulai dari les bahasa Jepang untuk lebih mengerti makna lagunya, berburu koleksi hingga ke luar negeri, tetap membeli album *J-Rock* dengan harga yang mencekik, mengikuti style atau dandanan dari para musisinya, hingga menganggap *J-Rock* sudah sebagai bagian dari hidup mereka

4. Karakteristik yang secara umum terdapat pada penggemar *J-Rock*, khususnya yang menjadi subyek penelitian ini yaitu 1) Kebanyakan mempunyai latar belakang keluarga yang demokratis, yang menghargai selera serta pilihan-pilihan mereka. 2) Tingkat ekonomi adalah menengah ke atas, hal ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan dan juga kemampuan mereka untuk membeli album *J-Rock* yang mempunyai harga di atas standar. 3) Suka terhadap film-film Jepang sejak kecil, khususnya film kartun (*anime*) dimana musik *J-Rock* biasa menjadi *soundtrack*-nya, baik sebagai lagu pembuka ataupun lagu penutup. 4) Menyukai musik-musik dengan *beat* relatif cepat atau musik cadas. 5) Adalah orang-orang yang sangat menghargai seni, mengingat lagu-lagu *J-Rock* bernuansa puitis dari segi lirik.

### 5. Dinamika penggemar Musik *Japanese Rock*

Ada dinamika dalam pembentukan loyalitas penggemar musik *Japanese Rock* ini. Pembentukan loyalitas terhadap aliran musik ini diawali dengan pengenalan dengan musik *J-Rock* melalui film-film Jepang, khususnya

film kartun (*anime*). Bahkan pengenalan dengan J-Rock melalui *anime* ini sudah dilakukan sejak mereka kecil. Ada yang menarik di sini, ternyata Jepang sudah mulai memasukkan unsur-unsur kebudayaan mereka, khususnya musik, secara serius, bahkan pada film anak-anak. Anak-anak yang awalnya mungkin hanya menggemari filmnya saja, lambat laun akan juga menggemari lagu-lagunya yang mereka dengarkan setiap kali menonton filmnya. Lagu-lagu ini akan tertancap dalam benak mereka, hingga mereka beranjak remaja atau dewasa. Saat usia mereka bertambah, akses informasi pun juga semakin luas. Mereka pun mulai mencari informasi mengenai lagu-lagu *soundtrack* anime yang kerap didengarnya saat masih kecil. Ini merupakan titik awal mereka menjadi loyal terhadap musik J-Rock. Nilai-nilai musik yang telah terbentuk sebelumnya, tergantikan begitu saja dengan musik rock Jepang yang telah memikat mereka ini. Memang kebanyakan penyuka musik rock Jepang ini, awalnya adalah penggemar rock-rock Barat. Loyalitas mereka tetap terjaga dengan dukungan orang-orang di sekitar, maupun dengan adanya komunitas yang membantu mereka untuk mendapatkan album-album J-Rock, yang memang susah didapatkan di pasaran. Saat mereka telah menjadi loyal dan sangat cinta terhadap musik J-Rock, apapun akan ditempuh untuk tetap mendengar musik J-Rock, seperti membayar lebih mahal untuk mendapatkan album-album J-Rock, duduk berlama-lama di depan internet untuk men-*download* album-album J-Rock, atau bahkan melawan segala yang menghalangi kecintaan mereka terhadap musik J-Rock, walaupun halangan itu berasal dari sang ibunda sendiri. Kecintaan mereka kepada

musik ini, sekarang sudah begitu mendalam. Musik J-Rock seakan sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Tiada hari tanpa musik J-Rock. Bahkan salah seorang subyek sempat berujar, apabila ia menikah kelak, ia ingin lagu dari salah satu musisi J-Rock kesayangannya menjadi lagu *background* pernikahannya.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka ada beberapa saran yang perlu untuk diperhatikan, yaitu:

1. Penelitian ini telah mengungkap loyalitas konsumen musik *Japanese Rock* secara deskriptif. Diperlukan penelitian lanjutan yang lebih dapat menjelaskan fenomena ini secara lebih mendalam.
2. Penggunaan subjek penelitian dengan kuantitas yang lebih banyak dan lebih bervariasi diharapkan lebih menghasilkan pola yang lebih umum.
3. Penelitian ini hanya terbatas menyoroti loyalitas konsumen musik *J-Rock* saja. Perlu dilakukan penelitian untuk konsumen musik-musik yang lain. Hal ini guna mengetahui apakah pola-pola ini berlaku secara umum
4. Lebih banyak penelitian tentang konsumen yang menggunakan metode kualitatif, sebab hal ini dapat lebih mengungkap sisi-sisi psikologis konsumen, bahkan pada level yang terdalam.
5. Bagi para pelaku industri musik agar lebih serius untuk menggarap *soundtrack-soundtrack* film. Karena dalam penelitian ini *soundtrack* film bisa mencetak konsumen yang loyal, sebab selain menyaksikan filmnya, mau tidak mau kita juga akan mendengarkan musiknya.



## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnould, Eric. Price, Linda. Zinkhan, George. (2002). *Consumers*. New York. Mc. Graw Hill
- Cartwright, Roger. (2003). *Customer Relationship*. Oxford. Capstone Publishing.
- Denzin, Norman K. Lincoln, Yvonna S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publication Inc.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Encyclopedia: Music of Japan, Japanese rock (*on-line*). <http://www.nationmaster.com/encyclopedia/Music-of-Japan#Japanese-rock>. Diakses tanggal 16 September 2005.
- Friman, M. Nyberg, C. Norlander. (2004). Threats and aggression directed at soccer referees: An empirical phenomenological psychological study. *The Qualitative Report*. Volume 9 Number 4 December 2004 652-672. (*on-line*). (<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR9-4/friman.pdf>). Diakses pada tanggal 19 Januari 2005
- Grisaffe, Doug. (2001). *Loyalty – Seeing is not always believing*. [http://www.creatingloyalty.com/story.cfm?article\\_id=31](http://www.creatingloyalty.com/story.cfm?article_id=31). Diakses tanggal 16 September 2005.
- Jackson, J. (2001). Youth and the popular music business. *Queensland Journal of Educational Research*, 17(1), 85-105. <http://education.curtin.edu.au/ijer/qjer/qjer17/jackson.html>. Diakses tanggal 30 Juli 2005.
- Jawa Pos. 25 Mei 2005. *Band-Band Metropolis yang Mengusung Aliran Musik Jepang* (*on-line*). [http://search.jawapos.com/index.php?act=detail\\_s&f\\_search=j%20rock,%20komunitas,%20musik,%20surabaya&id=172785](http://search.jawapos.com/index.php?act=detail_s&f_search=j%20rock,%20komunitas,%20musik,%20surabaya&id=172785). Diakses tanggal 28 Agustus 2005.
- Kerrigan, Finola. Fraser, Peter. Ozbilgin, Mustofa. (2004). *Arts Marketing*. Oxford. Elseiver Butterworth-Heinemann
- Marketing Definition: Loyalty Marketing (*on-line*). [http://www.buildingbrands.com/definitions/10\\_loyalty\\_marketing.shtml](http://www.buildingbrands.com/definitions/10_loyalty_marketing.shtml). Diakses tanggal 14 September 2005.
- Marr, Jeffrey W. (2002). *The truth about customer loyalty*. [http://www.creatingloyalty.com/story.cfm?article\\_id=401](http://www.creatingloyalty.com/story.cfm?article_id=401). Diakses tanggal 16 September 2005.
- Mengenal J-Rock (*on-line*). <http://www.greatestjournal.com/users/saiko/>. Diakses tanggal 21 Agustus 2005



- Muhadjir, Noeng. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi IV. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Neuman, W Lawrence. (2000). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches. Third Edition*. Boston: Pearson Education Inc.
- Palupi, Dyah Hasto. (2005, 19 Januari-2 Februari). Potret Loyalitas. *Swa*, 2, 21.
- Poerwandari, Kristi. (2001). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Lembaga pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Respati, Junior. (2005). *Awas, Serbuan Jepang!* <http://www.kompas.com/kompas%2Dcetak/0506/10/muda/1802928.htm>. Diakses tanggal 21 agustus 2005.
- Romancing With Customer (on-line). <http://www.frontier.co.id/quarterly.php?qId=quarterly/romancing.htm>. Diakses tanggal 14 September 2005.
- Sakrie, Denny. (2003, 6 September). *Adegan Musik Indonesia 1970-2003*. Kompas (on-line). <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0309/06/Musik/519361.htm>. Diakses tanggal 28 Juli 2005.
- Sciffman, Leon G. Kanuk, Leslie L. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey. Prentice-Hall
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor. Kencana
- Sopiann, Agus. (2002, Mei). Lima Raksasa Internasional di Indonesia. *Pantau (on-line)*, 25, 40-47. <http://www.pantau.or.id/txt/26/14e.html>. Diakses tanggal 8 Juli 2005
- Strauss, Anselm. Corbin, Juliet. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif. Tatalangkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Subroto, Asto S. (2005, 19 Januari-2 Februari). Dari Mana Asalnya Loyalitas Konsumen?. *Swa*, 2, 21.
- Sudarmadi. (2005, 19 Januari-2 Februari). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Swa*, 2, 21.
- Thamrin, Indra Kurniawan. (2001). *Mempopulerkan J-POP di Indonesia*. [http://www.id.emb-japan.go.jp/aj300\\_01.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/aj300_01.html). Diakses tanggal 21 agustus 2005.
- Yin, Robert K., (2003). *Studi Kasus; Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.