

**PRODUKSI FANS IDOLA VIRTUAL HATSUNE MIKU :
STUDI DESKRIPTIF TERHADAP AKTIFITAS PRODUKSI KONTEN OLEH
FANS HATSUNE MIKU**

Disusun oleh: Anandias Satrya Putra

ABSTRACT

This study focuses on the description of production activities conducted by Hatsune Miku fans, find out what the content is produced and why they do the production. This research takes the fans as the subject of research, the object of research is the production of contents conducted by fans, this research see the activities of Hatsune Miku's fans. Fans who were chosen as informants are domiciled in Surabaya and have different special skills and are contributing to the community. This research was conducted by interviewing three informants and then collecting additional data from the internet. The significance of this research is that the activities of virtual idol fans have different activities and have different productions with the fans of conventional idols, and virtual idols is considered a very rare topic to be discussed.

The method used in this study is an interview to perform work and activity analysis and by collecting additional observation data from the internet. This research focuses at the phenomenon by using pop culture and japanese pop culture, Japanese Idol and virtual Idola, augmented reality and fandom.

The research concludes that fans's production can be seen from aspects such as music production, virtual concerts and others such as fan art, fanfic, and cosplay. They produces the content with various technical phases and they do so to fulfil their hobbies and also to seek personal satisfaction.

Keywords: *Idol, Virtual, production, fandom, aidoru.*

PENDAHULUAN

Penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan produksi yang dilakukan oleh fans Hatsune Miku sebagai cara mereka untuk berinteraksi dengan sosok idola virtual “Hatsune Miku”, sebuah sosok idola virtual buatan *Crypton Future Media* dan merupakan salah satu karakter dan *voice bank* untuk sebuah piranti lunak sintesis

vokal “*Vocaloid*” buatan Yamaha. Penelitian ini akan fokus pada hasil produksi fans Hatsune Miku sebagai idola dalam bentuk musik, konser *Live* dan bentuk produksi lainnya yang lebih umum dalam dunia fandom grup idola Jepang seperti *fan fiction*, *cosplay*, *fan art* dan lain-lainnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif

dan menggunakan metode penelitian analisa pekerjaan dan aktivitas untuk melihat bagaimana fans Hatsune Miku melakukan produksi dalam kaitannya dengan sosok idola virtual Hatsune Miku dalam hal menonton konser dan produksi dalam bentuk lainnya seperti musik dan *cosplay* yang menjadi *tribute* dari mereka untuk idolanya, pengumpulan data dikumpulkan dengan melakukan wawancara secara tatap muka dan observasi yang dilakukan secara *online*. Penelitian ini ingin melihat bagaimana fans Hatsune Miku yang merupakan idola virtual jika dibandingkan dengan idola konvensional, dimana Hatsune Miku sebagai idola virtual memiliki karakteristiknya sendiri.

Karena Hatsune Miku merupakan idola virtual, Hatsune Miku tidak memiliki badan fisik yang dapat berinteraksi secara langsung dengan fansnya, fans harus melihat konser Hatsune Miku dari sebuah layar dimana sosok Miku ditampilkan.

Dikutip dari laman wiki resmi vocaloid, vocaloid wikia mengenai Hatsune Miku (Sumber: [http://vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune Miku](http://vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune_Miku)) Hatsune Miku adalah karakter humanoid yang diciptakan oleh *Crypton Future Media* pada tanggal 31 Agustus 2007 untuk menjadi maskot salah satu bank suara untuk piranti lunak sintesis vokal

Vocaloid2, *Vocaloid3* dan *Vocaloid4*. Pertama kali dirilis pada tahun 2007 dan suara yang dimiliki Hatsune Miku merupakan hasil olahan dari rekaman suara seorang pengisi suara asal Jepang bernama Fujita Saki. Hatsune Miku memiliki ciri khas rambut panjang berkuncir dua berwarna *Aqua*. Hatsune Miku digambarkan sebagai karakter yang memiliki tinggi badan 158 cm dan berusia 16 tahun dan akan terus berusia 16 tahun selamanya. (Vocaloid wikia, 2017)

Sebagai sosok yang digambarkan selamanya berusia 16 tahun, Hatsune Miku dipandang sebagai sosok idola yang *everlasting*, tidak akan pernah bertambah tua, tidak akan pernah sakit, tidak akan pernah bosan dan tidak akan pernah berhenti menjadi idola, sosok seperti ini bisa jadi adalah sosok idola ideal bagi pasar idola yang memiliki fans yang sangat *demanding* dan sangat memperdulikan citra dari idola mereka, sesuatu yang dipandang sangat sempurna dalam industri idola di Jepang. (Le, 2013)

Hatsune Miku awalnya tidak dipasarkan sebagai sosok idola melainkan hanya sebagai *software* musik yang ditujukan untuk musisi profesional dan produser musik yang mencari *software vocal synthesizer* untuk membuat vokal berbasis komputer, pada era ini, belum ada

fanbase atau penggemar terhadap karakter Hatsune Miku, namun semenjak populernya penggunaan Hatsune Miku di website *video hosting* Jepang *Niconico Douga*, popularitas Hatsune Miku meningkat secara drastis dan pemasaran terhadap Hatsune Miku pun meningkat secara drastis, *Crypton Future Media* pun akhirnya memilih pendekatan baru terhadap Hatsune Miku dan mulai memasarkan Hatsune Miku sebagai sosok idola bersama dengan karakter *Vocaloid* lainnya yang dimiliki oleh *Crypton Future Media*. (Vocaloid wikia, 2017)

Dari data pada laman daftar penampilan panggung Hatsune Miku di Vocaloid wikia, Pada tahun 2009, *Crypton* mengadakan konser berjudul MikuFES, konser tersebut merupakan konser yang dihadiri deretan musisi-musisi yang terkenal seperti OSTER Project, Deco*27, Deadball-P, Doriko, Livetune (Kz) dan Supercell, mereka semua adalah musisi yang pernah membuat lagu-lagu populer dengan menggunakan *software* Hatsune Miku, konser ini adalah pertama kalinya konser yang menampilkan sosok Hatsune Miku dalam wujud hologram menggunakan layar kaca yang disorot menggunakan proyektor meskipun fokus utama dari konser ini bukanlah pada sosok Hatsune Miku melainkan pada musisi yang tampil.

Baru pada tahun 2010, Hatsune Miku memiliki konser yang benar-benar menampilkan sosok Hatsune Miku bersama dengan karakter *Vocaloid* lainnya seperti Kagamine Rin, Kagamine Len, Megurine Luka, Kaito dan Meiko untuk tampil di panggung secara eksklusif sebagai sosok idola *standalone* dalam konser berjudul “39’s Giving Day”, 39 adalah nama band pengiring resmi untuk semua idola *Vocaloid* buatan *Crypton Future Media* namun dalam hal ini juga dalam bahasa Jepang dapat dibaca sebagai *San-kyuu* atau *thank you* (Vocaloid wikia, 2017). Konser ini menjadi konser yang melejitkan nama Hatsune Miku di seluruh dunia dan sempat menjadi *viral* di Youtube pada masa itu sehingga pasar internasional mulai melirik Hatsune Miku sebagai sosok idola virtual populer asal Jepang.

Pasca konser inilah Hatsune Miku mulai mendapatkan atensi secara internasional dan Hatsune Miku mulai mendapatkan banyak *partnership* seperti menjadi bintang iklan mobil *Toyota Corolla* pada tahun 2011, tampil di *talkshow* di televisi Amerika bahkan menjadi bintang tamu dan artis pembuka dari konser penyanyi asal Amerika, Lady Gaga pada tahun 2014.

Demand terhadap sosok idola di Jepang tentunya berbeda dengan sosok idola di

Amerika atau Eropa, di Jepang, idola adalah sosok yang dianggap sebagai “*all round-popular talents*” atau artis serba bisa yang biasanya tampil baik dalam segi musik, akting, model dan bahkan bintang iklan, walaupun tidak terlalu jelas, namun idola di Jepang adalah sebuah fenomena yang luar biasa populer (Aoyagi dalam Xie, 2005). Idola sendiri berasal dari kata yang sama dalam bahasa latin, meskipun pada awalnya Idola digunakan sebagai istilah yang digunakan dalam konteks keagamaan (Idola juga dapat diartikan sebagai berhala) namun dalam hal ini konteksnya telah berubah menjadi selebriti yang di-idolakan.

Pada era perang dunia ke dua, dan pasca perang dunia ke dua, televisi di Jepang seringkali menayangkan tayangan-tayangan yang berbau politik dan kejahatan era perang seperti pada saat ketika pasukan tentara merah oleh Mao Zedong dari China dikepung dan ditangkap di area Karuizawa di Nagano, pada momen itu, tayangan televisi di Jepang dipenuhi dengan tayangan-tayangan yang menampilkan adegan yang sadis dan kejam, hal ini membuat masyarakat Jepang ketakutan dan mencari hiburan lain di televisi seperti acara musik dan olahraga, pada momen inilah *demand* terhadap acara talent, musik dan ajang kecantikan meningkat drastis, pada era ini golongan yang mendapat perhatian ter atas adalah golongan wanita

muda usia 14 hingga 16 tahun. Era ini berlangsung sekitar tahun 1972 hingga 1980. Dari sinilah konsep idola mulai di gunakan sebagai salah satu cara untuk membangkitkan semangat masyarakat Jepang pasca insiden perang.

Konsep idola penyanyi di Jepang baru mulai populer pada era awal tahun 1980, era ini disebut sebagai ‘*Golden Age*’ bagi idola di Jepang (Xie, 2014) pada era ini, sosok idola yang populer di era ini sayangnya tidak bertahan lama dan minat terhadap idola menurun drastis pada era akhir 1989 dan awal 1990 seiringan dengan meningkatnya minat terhadap bintang musik rock dan band rock seperti B’z, Mr. Children dan L’Arc~en~Ciel. Baru sejak awal tahun 2000 muncullah idola Jepang dengan konsep yang kita kenal seperti sekarang.

Idola dalam konteks Jepang tentu berbeda dengan Idola dari Amerika, di Amerika, konsep idola digunakan untuk mendefinisikan seseorang yang dikagumi atas bakat, pencapaian, status atau penampilan fisik dan dikagumi oleh penggemarnya (Cheung dan Yue dalam Liu, 2013). Berbeda dengan Jepang yang memandang idola sebagai sebuah konsep talent selebritas yang serba bisa dan menjadi sosok penting dalam dunia hiburan nasional, konsep Amerika terhadap idola

memandang idola sebagai sosok yang dipuja secara berlebihan dan atribut yang dimilikinya di lebih-lebihkan secara tidak wajar (Fromm dalam Liu, 2013).

Meskipun hanya berupa *augmented reality* fans tetap berupaya untuk berkomunikasi dengan idola mereka dengan berbagai macam cara. Manusia memiliki tubuh biologis yang nyata sementara Hatsune Miku memiliki tubuh virtual, perbedaan tubuh ini membuat fans terus mencoba untuk berkomunikasi dengan idolanya menggunakan teknologi seperti *augmented reality* karena tidak banyak cara lain untuk dapat berinteraksi secara langsung.

Penelitian ini akan menggunakan metode wawancara dan observasi, karena aktivitas fans dapat lebih banyak dilihat melalui internet dibandingkan secara langsung, namun peneliti akan turun ke lapangan untuk melihat bagaimana produksi fans Hatsune Miku dilakukan dan mengapa mereka melakukan hal tersebut.

PEMBAHASAN

Proses Produksi Konten Fans dalam Bentuk Musik

Meskipun sebagian besar kualitas produksi musik fans berada pada posisi *mediocre* atau berada pada kualitas yang biasa-biasa saja, ada beberapa fans yang

memiliki kualitas karya yang relatif berada pada kualitas yang lebih bagus dari fans mayoritas. Fans yang memiliki kualitas produksi musik yang baik ini biasanya mengunggah karya mereka ke *Souncloud.com* dan atau *Youtube.com* lalu kemudian memberikan tautan dari *souncloud* hingga ke laman *facebook* pribadi mereka atau *fanpage* komunitas. Fans yang sudah biasa memproduksi musik pada kelas ini biasanya adalah fans yang memang berpengalaman sebagai musisi atau *sound editing* dan *sound mixing*. Beberapa diantaranya bahkan adalah orang yang sudah terkenal di dalam komunitas-komunitas tertentu seperti dalam forum, media sosial atau bahkan sudah sering tampil di event-event *pop culture* Jepang sebagai bintang tamu, DJ, performer dan sebagainya. Musisi-musisi ini pernah melakukan berbagai macam bentuk kolaborasi album ataupun melakukan *perform Live*, walaupun demikian tidak semua musisi dalam circle ini fokus pada pembuatan musik dengan menggunakan Hatsune Miku karena sebagian besar juga membuat musik dalam genre dan bentuk lain selain lagu-lagu Vocaloid.

Dalam membuat lagu dan musik yang berkualitas, tentunya seseorang butuh perangkat dan perlengkapan yang memadai. Untuk membuat lagu, fans menggunakan software *Vocaloid Editor* dan berbagai

macam software *mixing* seperti *FL Studio*, *Ableton*, *Traktor* dan *Cubase*. *Vocaloid Editor* merupakan software yang digunakan untuk membuat sintesa vokal dengan menggunakan bank suara dari karakter-karakter *Vocaloid* seperti Hatsune Miku dan karakter *Vocaloid* lainnya, pengoperasian software ini dilakukan dengan memasukkan nada dalam *interface* software yang mirip seperti *music sheet*, pengguna dapat mengatur panjang pendek nada, vibrato, napas dan karakteristik suara yang diinginkan, kemudian pengguna dapat memasukkan lirik lagu yang diinginkan lalu setelah dilakukan render, maka akan terdengar suara vokal sesuai dengan yang telah di-*tune* oleh pengguna. Selain itu, pada versi *Vocaloid* yang lebih baru, dapat ditambahkan juga berbagai macam jenis efek suara dari *Vocaloid Editor* secara langsung tanpa perlu memindahkan ke software lainnya, mempermudah musisi untuk membuat jenis suara yang diinginkan. Ketika suara vokal yang diinginkan sudah selesai, barulah musisi bisa memindahkan hasil suara akhir (biasanya dalam format .WAV) ke dalam software *editing* musik.

Alasan Produksi Konten Fans dalam Bentuk Musik

Sebagian besar fans memproduksi musik dengan menggunakan software *Vocaloid* terutama Hatsune Miku hanya

untuk kesenangan pribadi, produksi yang dilakukan hanya sekedar disimpan sendiri atau sekedar di unggah ke situs seperti Youtube.com atau Souncloud.com. Fans yang membuat lagu-lagu sebagian besar juga tidak terlalu mementingkan kualitas produksi, mereka melakukan hal tersebut hanya untuk kepuasan pribadi saja.

Banyak di antara fans memilih untuk membuat lagu cover hanya karena ingin mendengar lagu tertentu dalam suara Hatsune Miku tanpa ada alasan spesifik.

Banyak dari fans Hatsune Miku membuat lagi hanya karena sekedar iseng, ingin mendengar lagu-lagu populer jika dinyanyikan oleh Hatsune Miku akan jadi seperti apa, mereka tidak semuanya benar-benar berambisi untuk menjadi musisi terkenal dengan hasil karya yang akan menjadi hits internasional atau sejenisnya, melainkan kegiatan yang mereka lakukan ini tidak lain hanyalah bentuk apresiasi fans terhadap Hatsune Miku itu sendiri. Hal ini mungkin mirip dengan pendapat Bacon-Smith dalam Jónsdóttir mengenai fans, dimana fans menciptakan banyak karya seni mengenai karakter media favorit mereka, hanya saja dalam konteks yang dibicarakan oleh Bacon-Smith dalam hal ini adalah karya yang bersifat visual, bukan berarti tidak ada karya dalam fandom Hatsune Miku yang bersifat visual, namun karena Hatsune Miku adalah karakter yang

memiliki basis musik, tidak heran jika karya fans berevolusi menjadi karya yang berbentuk musik pula.

Produksi Fans dalam Bentuk Konser Virtual

Crypton Future Media bersama dengan SEGA memang mengadakan banyak konser resmi, namun sayangnya tidak semua konser tersebut dapat dijangkau dengan mudah, penyebab fans sulit menjangkau konser-konser Hatsune Miku adalah karena sebagian besar konser Hatsune Miku diadakan di luar Indonesia.

Indonesia sendiri hanya mendapatkan satu kali kesempatan untuk mendapatkan konser resmi. Konser inipun diadakan di Jakarta, hal ini membuat fans dari luar Jakarta akan kesulitan untuk menghadiri konser tersebut, terlebih lagi dengan harga tiket konser Hatsune Miku yang terbilang cukup mahal. Untuk harga tiket konser Hatsune Miku di Jakarta 2014 lalu berkisar mulai dari tiga ratus sembilan puluh ribu Rupiah (Rp. 390.000) untuk kelas Bronze, tujuh ratus ribu rupiah (Rp. 700.000) untuk kelas Silver, penonton dalam kelas Bronze dan Silver berada pada area *standing* atau berdiri. Tiket untuk kelas Gold memiliki harga satu juta Rupiah (Rp. 1.000.000) dan untuk kelas Platinum seharga satu juta tiga ratus

sembilan puluh ribu Rupiah (Rp. 1.390.000).

Karena mahalnyanya dan terbatasnya akses terhadap konser Hatsune Miku resmi di Indonesia, fans banyak yang mulai membuat konsernya sendiri dengan berbagai cara. Fans mulai mencari cara untuk membuat konser versinya sendiri, mulai dari menggunakan projector yang diarahkan ke dinding, projector yang diarahkan ke kain atau kaca, hingga sistem hologram lainnya seperti hologram piramid dan hologram box.

Beberapa fans bahkan membuat konser yang lebih besar dan dapat dinikmati oleh orang banyak, mereka membuat musik mereka sendiri, membuat animasi mereka sendiri dan membuat set hologramnya sendiri. Mereka membuat animasi mereka sendiri dengan menggunakan software MMD atau Miku Miku Dance, sebuah software *open source* yang memungkinkan fans untuk membuat animasi mereka sendiri untuk Hatsune Miku dan karakter Vocaloid lainnya. Sebagian besar lagu yang mereka mainkan merupakan lagu yang sudah jadi sehingga mereka hanya memutar lagu tersebut tanpa ada aransemennya ulang lebih lanjut.

Dalam produksinya, fans membuat konser virtual ini dalam berbagai macam skala, mulai dari skala kecil hingga skala

besar. Skala kecil dapat dilakukan dengan hanya beberapa kardus, case CD, dan *smartphone*. Fans dapat membuat apa yang sering disebut sebagai Hologram box, fans dapat menggunakan boks tersebut untuk menonton konser kecil Hatsune Miku menggunakan *smartphone* mereka, boks ini menggunakan prinsip pantulan cahaya dari layar *smartphone* ke layar akrilik yang dibuat dari case CD.

Boks ini dapat dibuat dari berbagai bahan rumahan seperti kardus bekas, hingga ke bahan yang lebih kokoh seperti karton tebal, papan akrilik, hingga plastik hasil cetakan sendiri menggunakan *3D Printer* atau sejenisnya. Boks ini dapat dengan mudah dibuat dan digunakan oleh siapapun dengan usaha minimum, untuk video konser yang akan ditonton biasanya fans dapat dengan mudah mencari video-video dengan judul “*Hologram Ready*” atau yang memang dibuat untuk digunakan sebagai hologram, karena sudah diatur agar dapat ditonton sebagai hologram, lengkap dengan latar belakang hitam, sehingga tidak ada cahaya lain yang memantul di layar. Video-video “*Hologram Ready*” dapat dengan mudah ditemukan di situs-situs video seperti *Youtube.com* atau fans dapat membuatnya sendiri menggunakan software MMD.

Dalam bentuk yang lebih rumit, fans dapat juga membuat panggung kecil

dari kardus, papan akrilik dan menggunakan LCD Projector kecil untuk membuat panggung yang dilengkapi dengan animasi latar belakang. Animasi yang digunakan dapat diambil dari berbagai macam sumber dan latar belakang panggung bisa berupa gambar diam atau animasi. Latar belakang dan animasi di atur menggunakan software *video mapping* seperti ‘*Heavy M*’ atau berbagai macam software *video mapping* lainnya yang serupa.

Beberapa fans juga membuat konser dalam skala yang relatif lebih besar dimana mereka membuat konser Hatsune Miku yang menampilkan Hatsune Miku dalam skala 1:1 (mengikuti tinggi asli Hatsune Miku, sekitar 158 centimeter). Dalam konser skala 1:1 ini, biasanya yang digunakan adalah LCD Projector dan layar kaca atau akrilik yang berukuran besar.

Biasanya fans juga dapat menggunakan kain kasa atau net sebagai pengganti layar kaca atau papan akrilik bening, menggunakan kain kasa atau net membuat layar lebih fleksibel, mudah disimpan, mudah dibawa dan lebih mudah untuk dilakukan perawatan dalam jangka panjang.

Dalam skala yang lebih tinggi lagi, fans juga membuat konser yang berukuran lebih besar, biasanya untuk ditunjukkan di

atas panggung seperti layaknya konser resmi. Namun konser ini tetap dibuat oleh fans dan untuk dinikmati oleh sesama fans, biasanya konser sejenis ini ditampilkan dalam acara-acara komunitas atau dalam berbagai festival budaya populer Jepang.

Secara teknis, konser dengan jenis ini menggunakan teknik yang sama dengan konser rumah skala 1:1, yaitu dengan menggunakan Layar dan LCD Projector, hanya saja ukuran layar diperbesar namun ukuran Hatsune Miku tetap dalam skala 1:1 (dengan tinggi badan 158 cm) namun karena lebarnya panggung, hal ini memungkinkan Hatsune Miku untuk bergerak kesana kemari di atas panggung.

Alasan Produksi Konten Fans dalam Bentuk Konser Virtual

Sebagai fans idola Jepang atau yang biasa disebut sebagai *aidoru*, belum lengkap rasanya jika belum pernah menonton konser idola mereka secara langsung. Idola-idola ini juga melakukan 'servis' atau pelayanan kepada fans mereka melalui konser-konser ini, selain untuk mendapatkan penghasilan secara komersil, idola juga dapat memberi kesempatan kepada fans idola-idola ini untuk dapat bertemu dengan mereka secara langsung.

Hatsune Miku sebagai idola virtual, bersama dengan idola-idola Vocaloid lainnya, tidak benar-benar memiliki tubuh

asli, mereka hanyalah karakter animasi hasil *render* komputer yang ditampilkan dalam layar hologram hasil proyeksi dari LCD Projector yang disorotkan ke layar khusus sehingga kita dapat melihat penampilan Hatsune Miku di atas panggung dan dinikmati oleh banyak fansnya.

Hatsune Miku dan teman-temannya tidak bisa dipasarkan sebagaimana layaknya idola komersial lainnya yang memiliki tubuh manusia. Hatsune Miku adalah sosok virtual yang tidak memiliki tubuh asli dan tidak bisa secara langsung berinteraksi dengan fans karena apa yang dilakukan oleh Hatsune Miku hanyalah sebatas apa yang sudah di programkan oleh tim yang menggarap Hatsune Miku. Oleh karena itu, konser Hatsune Miku adalah satu-satunya aktifitas antara idola dan fans yang dapat dikatakan sebagai interaksi yang paling mendekati interaksi idola dan fans yang konvensional.

Karena konser Hatsune Miku membutuhkan persiapan yang luar biasa rumit, menggunakan teknologi yang membutuhkan biaya mahal dan biaya operasional untuk keperluan transportasi peralatan dan teknis lainnya yang cukup mahal, konser Hatsune Miku menjadi konser yang relatif mahal jika dibandingkan dengan konser-konser idola lainnya. Konser Hatsune Miku juga hanya

dilakukan beberapa kali dalam satu tahun di tempat yang berbeda-beda bahkan di Negara yang berbeda-beda, bahkan di Indonesia sendiri, Hatsune Miku hanya pernah melakukan konser satu kali di tahun 2014.

Harga tiket konser yang mahal ini membuat fans yang dapat menonton konser Hatsune Miku hanyalah golongan-golongan tertentu saja, dan tidak semua fans dari semua daerah dapat menonton konser Hatsune Miku secara langsung karena masalah jarak, oleh karena itu, tidak heran jika fans memilih untuk membuat konser Hatsune Miku versi mereka sendiri. Alasan biaya dan aksesibilitas menjadi alasan utama bagi banyak fans untuk tidak dapat menonton konser resmi ini, namun hal tersebut tidak menjadi penghalang bagi fans untuk tetap berusaha menonton konser Hatsune Miku, banyak fans yang berakhir membuat konser versi mereka sendiri untuk dapat bertemu dan melihat konser Hatsune Miku.

Produksi Fans dalam Bentuk Lainnya

Sebagaimana fans dalam sebuah fandom, fans seringkali membuat karyanya sendiri yang berdasarkan pada karakter favorit mereka. Tidak terkecuali Hatsune Miku, sebagai idola virtual, Hatsune Miku banyak mendapatkan karya hasil buatan fans yang dibuat sebagai *tribute* untuk

Hatsune Miku. Karya yang dibuat oleh fans ini hadir dalam berbagai macam bentuk, mulai dari gambar ilustrasi atau *fan art*, Cerita buatan fans atau *fan fiction*, menggunakan kostum karakter Vocaloid atau *cosplay* dan masih banyak lagi.

Dalam produksi musik sekalipun, biasanya fans juga membuat video klip yang mengiringi lagu Vocaloid yang mereka buat. Video klip atau yang biasa disebut sebagai "*Music Video*" biasanya dibuat menggunakan animasi MMD, animasi 2D atau gambar ilustrasi yang berisikan cerita atau hanya tampilan karakter Vocaloid yang menyanyikan lagu yang mengiringi dalam kostum atau situasi tertentu yang sesuai atau yang menjadi ikon dari lagu tersebut. Gambar ilustrasi tersebut biasanya dibuat menjadi *motion graphic* atau animasi simpel dan diberi lirik untuk mengiringi lagu.

Banyak pula video klip lainnya yang menggunakan gambar ilustrasi sebagai semacam *slideshow* saja. Namun selain untuk digunakan sebagai video klip, ilustrasi-ilustrasi serupa juga menjadi gambar yang dibuat semata-mata sebagai seni yang menggambarkan Hatsune Miku atau yang akrab disebut sebagai *fanart*. Banyak fans yang memilih untuk menggambar atau melukis idola mereka sebagai sebuah bentuk penghargaan untuk idolanya.

Ada pula produksi fans yang dilakukan dalam bentuk fan fiction atau cerita fiksi yang dibuat oleh fans sebagai imajinasi mereka sendiri terhadap karakter yang sudah ada, tidak terkecuali Hatsune miku. *Fanfiction* sendiri merupakan salah satu bentuk budaya populer yang terkenal dalam sebuah *fandom* manapun, Ada pula produksi fans yang dilakukan dalam bentuk fan fiction atau cerita fiksi yang dibuat oleh fans sebagai imajinasi mereka sendiri terhadap karakter yang sudah ada, tidak terkecuali Hatsune miku. *Fanfiction* sendiri merupakan salah satu bentuk budaya populer yang terkenal dalam sebuah *fandom* manapun, *Fanfiction* merupakan hasil produksi dari penggemar yang kemungkinan dibuat penggemar karena mereka kurang menyetujui akhir cerita atau jalan cerita dari suatu novel, film, selebriti, maupun musik yang diminatinya tersebut (termasuk manga dan anime) yang dituangkan ke dalam bentuk tulisan cerita yang diubah alurnya tetapi dengan tetap menggunakan tokoh, setting, dan latar cerita, sehingga istilahnya adalah meminjam setting dan tokoh karya asli, untuk diubah berdasarkan harapan dan keinginan fannya. (Fulamah, 2015).

Selain fan fiction, fans juga seringkali melakukan *cosplay* atau *costume play*, dimana fans akan menggunakan kostum agar menyerupai karakter tertentu

yang mereka inginkan. Disini fans akan menggunakan kostum yang berkaitan dengan karakter Hatsune Miku. Karakter Hatsune Miku dan karakter Vocaloid lainnya pada dasarnya memang merupakan karakter yang paling sering dipilih untuk *dicosplay*kan. Kita akan sering melihat karakter Hatsune Miku sebagai karakter yang di *cosplay*kan di hampir semua event budaya populer Jepang. Karakter Hatsune Miku yang *dicosplay*kan juga ditampilkan dalam berbagai macam kostum yang berbeda, meskipun karakternya tetap sama, mengingat ada banyak versi kostum yang digunakan oleh Hatsune Miku pada saat konser maupun di dalam game resminya.

Hatsune Miku juga memiliki banyak fans laki-laki yang juga ingin melakukan *cosplay* terhadap karakter Hatsune Miku, beberapa fans laki-laki yang memiliki kepercayaan diri lebih, mungkin saja bisa melakukan *cosplay* dengan *crossdressing* atau berpakaian ala wanita, namun fans menciptakan pula karakter Hatsune Miku versi mereka sendiri yang merupakan *genderbend* atau versi gender lain dari Hatsune Miku yang disebut dengan Hatsune Mikuo, karakter Hatsune Miku versi gender laki-laki.

Cosplay sendiri sudah menjadi kultur yang mempunyai sentimen tersendiri dalam budaya populer Jepang,

mengingat banyaknya peminat terhadap *cosplay*, banyak orang yang memilih untuk menjadi *cosplayer* tanpa terlalu menyukai budaya populer Jepang lainnya. Karena besarnya peminat terhadap kultur *cosplay* ini sendiri, banyak golongan tertarik untuk melakukan *cosplay*. Namun hal ini seringkali menjadi masalah bagi muslimah untuk *bercosplay* karena terhalang Hijab.

Namun Fans Miku yang menggunakan Hijab tidak kehabisan akal, mereka memodifikasi kostum Hatsune Miku untuk disesuaikan dengan busana muslimah, dimana mereka mengubah hijab mereka menjadi menyerupai rambut Miku dan mendesain ulang kostumnya menjadi kostum yang menutup aurat.

Alasan Produksi Konten Fans dalam Bentuk Lainnya

Fans sendiri juga merupakan individu yang pasti memiliki hobi dan skill yang berbeda-beda. Fans sendiri juga pasti memiliki gayanya masing-masing dalam membuat karya atau menyalurkan hobinya, oleh karena itu, tidak heran jika fans memilih untuk menggunakan Hatsune Miku, idola mereka sebagai objek yang mereka gambarkan dan gunakan dalam karya-karya mereka.

Fans memiliki berbagai macam keahlian, dan ketertarikan masing-masing

terhadap hal yang berbeda-beda. Seperti halnya karya berupa kostum untuk *cosplay* dan gambar ilustrasi. Hal-hal yang merupakan karya seni ini memerlukan keahlian khusus dan juga memberikan rasa bangga ketika mereka berhasil menyelesaikan karya tersebut dan memberikan karya tersebut sebagai persembahan untuk idolanya.

KESIMPULAN

Fans memiliki berbagai macam bentuk hasil produksi. Produksi ini terdiri dari beberapa bentuk yang eksklusif hanya ada di dalam fandom Hatsune Miku dan karakter vocaloid saja, yaitu produksi musik dan produksi konser virtual. Produksi dalam bentuk lainnya adalah produksi dalam hal yang umumnya juga dapat ditemukan dalam fandom idola Jepang lainnya.

Dalam bentuk musik, fans melakukan produksi dalam bentuk konten musik, konten musik ini dibuat umumnya hanya sebagai karya yang bersifat *cover* saja dan bukan merupakan karya orisinal, bagi karya yang bersifat *cover* kualitas yang dihasilkan sangat bervariasi, mulai dari yang kurang baik karena *mixing* kasar hingga yang sangat berkualitas.

Di sisi lain, tidak semua fans hanya melakukan *cover* terhadap lagu-lagu yang

sudah jadi atau lagu-lagu yang sudah populer saja, beberapa fans juga membuat lagu orisinalnya, bahkan ada fans dari sebuah forum yang bernama forum VOCAPOST yang berkumpul dan membuat album bersama. Album tersebut merupakan album yang merupakan album berisikan lagu-lagu orisinal hasil komposisi anggota forum tersebut sendiri.

Produksi musik bagi sebagian fans memang menjadi sebuah cita-cita bagi mereka, meskipun mereka tidak selalu menggunakan *vocaloid* dan Hatsune Miku sebagai alat musik utama mereka, mereka kerap menggunakan Vocaloid dan Hatsune Miku sebagai bagian dari lagu yang mereka buat sebagai musisi profesional. Bagi mereka, Hatsune Miku dapat memberi karakter suara yang unik dan tidak dapat dibuat dengan suara manusia. Fans juga melakukan produksi musik menggunakan Hatsune Miku karena bagi mereka hal tersebut memberikan kepuasan bagi mereka karena dapat memberikan rasa bangga setelah berhasil membuat sebuah karya musik.

Selain musik, konser virtual merupakan produksi fans yang unik bagi fans Hatsune Miku dan Vocaloid lainnya. Konser virtual merupakan satu-satunya cara bagi fans untuk dapat berinteraksi dengan Hatsune Miku secara Augmented Reality. Produksi untuk konser Hatsune

Miku dilakukan dalam berbagai skala, mulai dari skala kecil, sedang hingga besar. Skala kecil menggunakan metode simpel berupa hologram *Pepper's Ghost*, menggunakan projector untuk konser buatan sendiri di rumah, hingga membuat konser besar tidak resmi yang dapat ditonton beramai-ramai di atas panggung.

Fans membuat konser versi mereka sendiri karena konser Hatsune Miku yang resmi relatif mahal bagi sebagian besar fans, harga yang cukup tinggi dan mengingat konser hanya diadakan di Jakarta, membuat konser menjadi relatif lebih susah dijangkau bagi fans yang berada di luar kota Jakarta, belum lagi konser lainnya lebih sering diadakan di luar negeri, terutama di Jepang.

Fans juga melakukan hal-hal yang relatif lebih umum dan lebih sering dilakukan dalam fandom idola Jepang, hal-hal seperti pembuatan *fanart*, *fanfic*, dan *cosplay* juga menjadi hal yang lumrah, fans membuat konten-konten *fanart* dan *fanfic* karena ingin melampiaskan hobi mereka dan kebetulan Hatsune Miku merupakan karakter yang menjadi idola mereka dan mereka dapat menggunakan Hatsune Miku sebagai objek seni mereka.

Fans juga melakukan *cosplay* dengan kostum buatan mereka sendiri dan menggunakan kostum tersebut sebagai

sesuatu yang menjadi hobi dan kebanggaan mereka, mereka puas dengan menggunakan kostum dan menjadi karakter yang mereka sukai dan bahkan menjadi idola mereka.

Fans Hatsune Miku menjadi fans yang mampu menghasilkan banyak karya dan produk yang luar unik setelah melalui berbagai tahapan teknis, Fans Hatsune Miku menjadi apa yang menggambarkan fandom Hatsune Miku itu sendiri, dan fans-fans ini telah menunjukkan hasil produksi mereka sebagai bagian dari aktifitas fans yang membedakan fandom ini dengan fandom idola lainnya dan mereka menjadikan produksi tersebut sebagai apa yang memberi mereka kepuasan pribadi karena kebanggaan atas karya yang mereka buat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Annett, Sandra. 2014. *Anime Fan Communities Transcultural Flows and Frictions*. New York : PALGRAVE MACMILLAN
- Bacon-Smith, Camille and Hall, S. (2005). *Enterprising women*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Browne, L. (2011). *Cyber-Ethnography: The Emerging Research Approach for 21st Century Research Investigation*. IGI Global.
- Fiske, John. 1992. "The Cultural Economy of Fandom" In *The Adoring Audience : FAN CULTURE AND POPULAR MEDIA* edited by Lisa A. Lewis. London : Routledge
- Fuhr, B. (2017). *Handbook of Augmented Reality*. 2nd ed. Florida: Springer.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Bloggers, and Gamers*. New York : New York University Press
- Lindlof, T. and Taylor, B. (2002). *Qualitative Communication Research*. 2nd ed. London: Sage Publications.
- Mccuden, M. (2011). *DEGREES OF FANDOM: AUTHENTICITY & HIERARCHY IN THE AGE OF MEDIA CONVERGENCE*. *University of Kansas*.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi suatu pengantar*. PT Rajawali Pers : Jakarta, 2012.
- Storey, J. (2009). *Cultural theory and popular culture*. 5th ed. London: Pearson Longman.
- Strinati, D. (2014). *An Introduction to Studying Popular Culture*. 1st ed. Hoboken: Routledge, Taylor and Francis.

Internet

- Aiko. (2013). *Fanfic - Indonesia / Miku x Kaito Fanfic by Aiko Ganteng*. [online] Available at: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=485003648274259&id=384769918297633 [Accessed 2 Dec. 2017].
- Black, D. (2006). *Digital Bodies and Disembodied Voices: Virtual Idols and the Virtualised Body*. *Fibreculture*. [online] Available at: <http://Digital Bodies and Disembodied Voices: Virtual Idols and the Virtualised Body> [Accessed 6 May 2017].
- Campion, Chris (2005). *Japan's bizarre music industry*. [online] the Guardian. Available at: <https://www.theguardian.com/music/2005/aug/21/popandrock3> [Accessed 11 May 2017].
- Mikuexpo.com. (2014). *HATSUNE MIKU EXPO 2014 in Indonesia TICKET & PRICING*. [online] Available at: http://mikuexpo.com/indonesia_ticket [Accessed 8 Oct. 2017].
- Tryzenski, Dave (2011). *Home Haunters Peppers Ghost Effect*. [online] Hauntedhouse.com. Available at: http://www.hauntedhouse.com/haunted_ho

- use_magazine/issue5/3.html [Accessed 7 Nov. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *Vocaloid Live Events List*. [online] Available at: http://vocaloid.wikia.com/wiki/Live_Events [Accessed 15 Nov. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *Hatsune Miku*. [online] Available at: http://vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune_Miku [Accessed 24 Dec. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *Kagamine Rin/Len*. [online] Available at: http://vocaloid.wikia.com/wiki/Kagamine_Rin/Len [Accessed 24 Dec. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *KAITO*. [online] Available at: <http://vocaloid.wikia.com/wiki/KAITO> [Accessed 24 Dec. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *Megurine Luka*. [online] Available at: http://vocaloid.wikia.com/wiki/Megurine_Luka [Accessed 24 Dec. 2017].
- Vocaloid Wiki. (2017). *MEIKO*. [online] Available at: <http://vocaloid.wikia.com/wiki/MEIKO> [Accessed 24 Dec. 2017].
- Skripsi**
- Gooch, B. 2008. The communication of fan culture: The impact of new media on science fiction and fantasy fandom.
- Jónsdóttir, J. (2013). ザ・アイドル！ (The Aidoru!) The Ardent Fans' Perspective. *University of Iceland*. [online] Available at: <https://skemman.is/bitstream/1946/14880/1/J%C3%B3na%20Bj%C3%B6rk%20-%20The%20Aidoru%21%20The%20Ardent%20Fans%27%20Perspective.pdf> [Accessed 10 Oct. 2017].
- Jurnal**
- Fulamah, F. (2015). KONSTRUKSI IDENTITAS KELOMPOK PENGEMAR (FANDOM) FANFICTION DI KALANGAN REMAJA URBAN. *Universitas Airlangga*. [online] Available at: <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-lnbc9ef9fa7afull.pdf> [Accessed 1 Dec. 2017].
- Hallet, R. and Barber, K. (2013). *Ethnographic Research in a Cyber Era*. Sage. [online] Available at http://www.kristenbarberphd.com/uploads/1/2/7/6/12765757/ethnographic_research.pdf [Accessed 8 May 2017].
- Le, L. (2013). Examining the Rise of Hatsune Miku: The First International Virtual Idol. *The UCI Undergraduate Research Journal*. [online] Available at: http://www.urop.uci.edu/journal/journal13/01_le.pdf [Accessed 7 May 2017].
- Liu, J. (2013). Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong. *Discovery – SS Student E-journal*, [online] Vol. 2(15-28). Available at: <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol2/journal2.pdf> [Accessed 6 May 2017].
- McCardle, M. (2003). Fan Fiction, Fandom And Fanfare: What's All The Fuss?. *Boston University*. [online] Available at: <http://www.bu.edu/law/journals-archive/scitech/volume92/mccardle.pdf> [Accessed 13 Nov. 2017].
- Permana, Andika. (2015). STUDI FANDOM JKT48 SEBAGAI POP CULTURE. *COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI*, [online] 3(3). Available at: <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-commaa1f83e578full.pdf> [Accessed 10 Nov. 2017].
- Rosse, J. (2015). Bacon's Doctrine of Idols. *eScholarship*. [online] Available at: <http://hdl.handle.net/2345/bc-ir:104937> [Accessed 1 May 2017].
- Xie, Wendy (2014). JAPANESE “IDOLS” IN TRANS-CULTURAL RECEPTION: THE CASE OF AKB48. *Virginia Review*. [online] Available at: <http://www.virginiareviewofasianstudies.com/wp-content/.../6-Xie-Japanese-idols-16.docx> [Accessed 18 Apr. 2017].