

Studi Komparatif Unsur-Unsur Budaya *Chika Idol* di Jepang dan Indonesia

Nur Hidayati^{1*}, Pipiet Furisari²

Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

Received: 25-11-2025; Revised: 18-02-2026; Accepted: 19-02-2026; Available Online: 21-02-2026
Published: 30-04-2026

Abstract

J-pop culture has greatly influenced Japanese culture, including the emergence of Chika Idols (地下アイドル). Chika Idols are independently managed idols who usually perform in small venues. They are also known as concert idols or indie idols. The purpose of this study is to identify the differences and similarities between the influence of Chika Idol culture in Japan and Indonesia. This study uses a qualitative method with comparative methodology. The objective is to explore the differences and similarities between Japanese and Indonesian Chika Idol culture. The data used were observations at the KirinFes Bandung event, Semilir Japan Matsuri 4 in Semarang, and Toys and Hobbies in Surabaya. Secondary data was obtained from YouTube accounts such as 【ヲタ芸】白狐-Hako, websites related to the world of Chika Idol such as FUN!JAPAN, Japan Times, J-Wave, Media Factory, YumeTwins, and Yes Tiger, as well as several journals related to Chika Idol. The research findings reveal four types of activities that exhibit both differences and similarities in the Japanese Chika Idol culture in Indonesia. The conclusion is that the differences and similarities in the influence of Japanese Chika Idol culture in Indonesia are significant, leading many people to desire their own idol group.

Keywords: *Chika Idol; Japanese Culture; J-pop*

Abstrak

Budaya J-pop sangat mempengaruhi di dalam dunia budaya Jepang termasuk terbentuknya *Chika Idol* (地下アイドル). *Chika Idol* merupakan idola yang dikelola secara independen dan biasanya tampil di tempat kecil. Selain itu, mereka juga disebut idola konser atau idola *indie*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perbedaan dan persamaan pengaruh budaya Chika Idol di Jepang di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metodologi komparatif. Tujuannya adalah mengeksplorasi tentang perbedaan dan persamaan unsur budaya *Chika Idol* Jepang dengan Indonesia. Data yang digunakan yaitu observasi di acara KirinFes Bandung, Semilir Japan Matsuri 4 di Semarang, dan Toys and Hobbies di Surabaya. Data Sekunder yang didapat adalah mencari sumber data dari akun YouTube 【ヲタ芸】白狐-Hako, situs artikel yang berhubungan dengan dunia *Chika Idol* seperti FUN!JAPAN, Japan Times, J-Wave, Media Factory, YumeTwins dan Yes Tiger, serta

¹ Corresponding Author. E-mail: iddaapowwww@gmail.com
Telp: +62 858-9068-5336

berberapa jurnal yang berkaitan dengan *Chika Idol*. Hasil penelitian adalah ada empat jenis kegiatan yang terdapat perbedaan dan persamaan budaya *Chika Idol* Jepang di Indonesia. Kesimpulannya adalah ada perbedaan dan persamaan pengaruh budaya *Chika Idol* Jepang di Indonesia sangat besar sehingga banyak orang yang menginginkan grup idol sendiri.

Kata kunci: Chika Idol; Budaya Jepang; J-pop

How to cite (APA): Hidayati, N., & Furisari, P. (2026). Studi Komparatif Unsur-Unsur Budaya Chika Idol di Jepang dan Indonesia. *KIRYOKU*, 10(1), 292-301. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v10i1.292-301>

DOI: <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v10i1.292-301>

1. Pendahuluan

Jepang menjadi salah satu negara yang memiliki budaya yang banyak disukai dan dikagumi oleh hampir seluruh dunia, contohnya *Soran Boushi*, *manga*, *anime*, *cosplay* dan budaya lainnya. Ada juga budaya Jepang yang sangat populer di kalangan semua orang yang menyukai musik yaitu J-pop. J-pop sendiri memiliki genre yang berbeda-beda agar semua orang dapat menikmati lagunya sesuai dengan selera genre masing-masing. Misalnya ada yang menyukai lagu *rock*, maka mereka akan mencari lagu J-pop yang bergenre *rock*. Banyak orang yang menikmati lagu J-pop entah karena *relate* dengan kehidupan pendengarnya atau hanya sekedar suka dengan lagunya saja.

Awal mula adanya J-pop yaitu saat Direktur J-Wave Hideo Saito mengadakan pertemuan dengan komite musik pop pada tahun 1988 (Tokyo Shimbun, 2008). Namun pada tahun 1990 istilah J-pop menjadi lebih populer di kalangan masyarakat setelah Tetsuya Komuro menciptakan lagu dengan menggunakan teknik digital seperti sekuenser, *sampling synthesizer*, dan MIDI. Pada tahun 2000-an, grup idola bernama AKB48 mulai populer di dunia J-pop setelah merilis album yang berjudul "*Beginner*". AKB48 meraih sertifikasi *million seller* dan mendominasi di dalam dunia J-pop. Sejak AKB48 mulai populer, banyak industri musik di Jepang membuat grup idol sendiri dan terlahirlah *Chika Idol* (James, 2022).

Chika idol (地下アイドル) adalah grup idol yang berdiri sendiri dan biasanya tampil di acara kecil, baik di dalam maupun di luar ruangan (Misa, 2018). Idola bawah tanah juga disebut idola konser secara langsung (ライブアイドル, *raibu aidoru*) atau idola *indie* (インディーズアイドル, *indīzu aidoru*). *Chika Idol* pertama kali muncul pada tahun 1990-an ketika grup idola dengan banyak anggota mulai muncul setelah Klub Onyanko menjadi populer. Tama Himeno dan Tomoka Igari, anggota Kamen Joshi, mengatakan bahwa idola *underground* berbeda dari idola *mainstream* (dijuluki "idola permukaan", atau 地上アイドル, *chijō aidoru*) karena idola *underground* aktif melalui pertunjukan langsung daripada paparan di media atau rilis CD melalui label rekaman besar, yang membuat mereka lebih mudah diakses oleh penggemar daripada idola *mainstream* (2020). Karena tingginya persaingan antara dunia industri musik Jepang, banyak agensi yang berlomba-lomba mencari anggota yang berpotensi menjadi idol (Tomoki, 2018).

Sebelum merekrut anggota, agensi terlebih dahulu merencanakan konsep grup idol yang akan dibentuk. Supaya anggota idol yang akan direkrut mengetahui konsep yang akan dibawa dan sekaligus mencari target yang cocok dengan konsep yang akan dibawa,

seperti grup idol FESTIVE dengan konsep festival, iLiFE! dengan konsep persahabatan, Tebasaki Sensation (手羽先センサーション) dengan konsep sensasi, dan Shirokyan dengan konsep kanvas putih. Seperti halnya di Jepang, budaya populer ini turut mengalami penyesuaian di Indonesia. Perkembangan Chika Idol di Indonesia dipengaruhi oleh grup JKT48 yang terbentuk sejak tahun 2011 dan merupakan *sister* dari AKB48. JKT48 dibentuk dan menyanyikan lagu dari AKB48 dalam bentuk bahasa Indonesia. Hingga saat ini JKT48 merilis banyak lagu yang sudah diterjemahkan dari bahasa Jepang ke bahasa Indonesia (Masiruw, 2024). JKT48 memiliki konsep yang sama dan selalu berpusat ke AKB48 (Permana, 2014). Selain itu Chika Idol di Indonesia memiliki konsep tersendiri, contohnya grup idol Kohi Sekai dengan konsep kopi, Eurifessa dengan konsep dewi, Gochikara dengan konsep kekuatan alam, dan Equivalent dengan konsep matematika.

Peneliti menemukan artikel sebelumnya yang relevan dengan pembahasan budaya Chika Idol dengan judul Pengaruh Idol Group Jepang Terhadap LusCa Sebagai Idol Group Indonesia (Nabila, 2018). Hasil dari penelitiannya adalah Idol group Jepang dikenal karena peran media dan komunitas. Ini memicu munculnya LuSca, idol group beraliran Jepang di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi saat ini, informasi tentang grup idol Jepang dapat dengan mudah diakses melalui internet. Selain itu, lembaga Jepang di Indonesia membantu mempromosikan seni dan kebudayaan Jepang. Ini meningkatkan minat generasi muda Indonesia terhadap kebudayaan Jepang, termasuk kelompok idola yang populer. LuSca dipengaruhi oleh idola Jepang dalam banyak hal, seperti bahasa, koreografi, dan konsep dan sistem yang digunakan. Namun, grup LuSca menghindari beberapa ide dan praktik yang digunakan oleh idola Jepang untuk menyesuaikan dengan budaya Indonesia. LuSca berusaha sekuat tenaga untuk mempromosikan budaya Indonesia, terutama budaya Sunda, yang merupakan budaya asal kampung halaman mereka, kepada masyarakat di dalam dan luar negeri, termasuk Jepang. Dalam budaya Indonesia, LuSca digunakan untuk aransemen musik (seperti angklung), desain pakaian yang mengambil inspirasi dari pakaian lokal, kain khas lokal (seperti songket dan batik), dan tarian lokal (seperti Jaipong, Merak, Lenggang nyai, dan Kecak). Walaupun mendapatkan banyak pengaruh dari idola Jepang, LuSca memiliki prinsip untuk terus memasukkan budaya Indonesia ke dalam kelompoknya melalui musik, koreografi, kostum, dan elemen lainnya. LuSca selalu mengintegrasikan kedua budayanya ke dalam organisasinya untuk mengenalkan budaya Jepang ke masyarakat Indonesia dan budaya Indonesia ke masyarakat Jepang.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang masalah yang membedakan Chika Idol Jepang dari yang di Indonesia. Salah satu masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik budaya Chika Idol di Indonesia diadaptasi dari model Jepang dalam empat acara utama: KirinFest di Bandung, Semilir Japan Matsuri 4 di Semarang, dan *Toys and Hobbies* di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi orang-orang yang belum cukup memahami Chika Idol dan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metodologi komparatif. Komparatif adalah rumusan masalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel atau pada waktu yang berbeda (Sutopo dan Arif, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tentang perbedaan dan persamaan

unsur budaya Chika Idol Jepang dengan Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui budaya Chika Idol yang tidak semua orang tau tentang Chika Idol.

Penelitian ini memfokuskan hasil penelitian yang dianggap penting oleh peneliti dengan menggunakan metode analisis reduksi data. Tujuannya adalah untuk untuk membuat data yang telah dikumpul dari catatan lapangan lebih mudah dipahami dengan merangkum dan mengklasifikasikan sesuai dengan masalah dan elemen masalah yang dapat diteliti (Miles & Huberman, 1992). Kemudian peneliti juga menggunakan metode penelitian dengan melakukan komparasi lintas kasus. Komparasi lintas kasus digunakan untuk membandingkan dua atau lebih studi kasus untuk menemukan pola, kesamaan, dan perbedaan. Tujuan utama dari komparasi lintas kasus adalah untuk meningkatkan pemahaman, mengembangkan teori, dan meningkatkan generalisasi hasil untuk berbagai konteks (Khan, 2008).

Hasil data yang digunakan oleh peneliti adalah hasil data observasi secara langsung bersama beberapa staff di acara jejepangan yang mengundang *Chika Idol* yaitu KirinFest di Bandung, Semilir Japan Matsuri 4 di Semarang, dan *Toys and Hobbies* di Surabaya. Kemudian data sekunder yang diperoleh yaitu lewat akun YouTube 【ヲタ芸】白狐-Hako, situs artikel yang berhubungan dengan dunia Chika Idol seperti FUN!JAPAN, Japan Times, J-Wave, Media Factory, YumeTwins dan Yes Tiger, serta beberapa jurnal yang berkaitan dengan Chika Idol.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Jabat Tangan (あくしゅかい)

Di Jepang, acara Jabat Tangan (あくしゅかい, *akusyukai*) atau biasa disebut dengan *meet and greet* sangat dinantikan oleh penggemar idol karena pada saat acara itulah para penggemar bisa berinteraksi langsung dengan idolanya masing-masing (Mana, 2021). Acara Jabat Tangan biasanya dilakukan oleh sebuah grup idol, baik sebelum atau sesudah mereka naik panggung. Pengalaman langsung berinteraksi dengan idolanya sangat berharga bagi para penggemar karena memungkinkan mereka untuk membangun hubungan emosional dengan idolanya (Indrawan, 2023). Karena dapat menghemat biaya manajemen dan memberi penggemar tempat yang strategis, acara Jabat Tangan selalu berlokasi di dekat panggung atau konser. Sebelum acara Jabat Tangan, manajemen dan panitia selalu mencari tempat terbaik untuk menyewa. Mereka mencari tempat seperti *ballroom*, *mall*, atau tempat terbuka yang disediakan oleh sponsor.



Gambar 1. Poster acara Jabat Tangan “Off-Kai FESTIVE” dan kolaborasi dengan Chika Idol Indonesia

Acara Jabat Tangan sangat menguntungkan bagi pihak manajemen karena jika penggemar banyak yang datang, maka keuntungannya bisa lebih banyak dari harga tiket masuk ke acara konser idol. Keuntungan bagi para penggemar adalah dapat bertemu bersama teman satu komunitas di tempat yang sama, dapat berkenalan dengan orang baru, akses yang mudah bagi para penggemar dan fleksibel. Biasanya acara Jabat Tangan diumumkan satu bulan sebelum acara tersebut dilaksanakan agar para penggemar bisa memesan tiket dari jauh-jauh hari dan bisa meluangkan waktu saat acara tersebut dilaksanakan. Kesalahan yang sering terjadi bagi panitia maupun manajemen adalah asal menyewa tempat tanpa survey lebih luas lagi sehingga mendapatkan venue yang kurang diminati bagi penggemar, sewa tempat terlalu mahal sehingga anggaran membengkak, jumlah penggemar yang datang lebih rendah dari yang diharapkan, dan lokasi yang jauh dari jalanan kota sehingga kebanyakan penggemar memilih untuk tidak datang ke acara tersebut daripada tidak bisa pulang saat malam hari.

Berikut perbedaan dan persamaannya, yaitu perbedaannya acara Jabat Tangan di Jepang sangat lumrah terjadi di setiap grup idol di sebuah konser. Namun di Indonesia acara Jabat Tangan sangat jarang dilakukan karena tidak banyak yang tau tentang dunia Chika Idol dan bagi penggemar orang Indonesia acara Jabat Tangan hanya membuang uang saja sehingga mereka memilih *Cheki* daripada Jabat Tangan karena *Cheki* biayanya lebih terjangkau. Jika ada acara Jabat Tangan di Indonesia, pasti pendatangnya sedikit dan biasanya pihak management tidak akan mengeluarkan biaya besar untuk melakukan acara Jabat Tangan karena peminatnya sedikit. Sedangkan persamaan antara Acara Jabat Tangan di Jepang dan di Indonesia sama-sama berbayar. Jadi para penggemar jika ingin bertemu idolnya saat acara Jabat Tangan dengan idolnya tentu saja harus membeli tiket di acara tersebut.

3.2 Cheki (チェキ)

Dalam budaya *Chika Idol*, istilah “mengambil *Cheki*” (チェキを撮る) sudah menjadi ungkapan yang sangat umum di Jepang. *Cheki* tidak hanya merujuk pada kamera instan itu sendiri, tetapi juga pada foto yang dihasilkan dan tindakan saat mengambil foto tersebut. Pekerjaan utama seorang idol mencakup menyanyi, menari, dan tampil di atas panggung, sementara *cheki* dilakukan sebagai kegiatan tambahan yang disebut *tokuten-kai* (acara bonus bagi penggemar). *Cheki* lebih diminati oleh para penggemar idol karena biaya yang terjangkau dan dapat berkomunikasi secara langsung (Mana, 2021).

Kegiatan saat *cheki* adalah mengambil kupon *Cheki*, mengantre untuk giliran, melakukan pemotretan, sesi tanda tangan dan obrolan singkat, serta menerima foto hasil *Cheki* yang sudah dipotret melalui kamera instax. Untuk lokasi biasanya sudah disediakan oleh panitia acara dan lokasinya agak berjauhan dengan panggung agar tidak terganggu dengan suara lainnya.



Gambar 2. Hasil *Cheki* bersama member Festive Honda Shiori

Harga *Cheki* lebih terjangkau dibandingkan tiket acara Jabat Tangan karena acara Jabat Tangan memiliki area yang tertutup dan terpisah dari keramaian dibandingkan dengan area *Cheki* yang areanya terbuka dan terlalu ramai. Biasanya di sebuah acara konser *Chika Idol*, panitia sudah memberikan area khusus untuk sesi *Cheki* dan memberi nama grup idol di setiap meja *direct selling* agar tidak tercampur dan para penggemar bisa menemukan meja *direct selling* grup idolnya. Keuntungan dari *Cheki* bagi manajemen yaitu mendapat keuntungan yang awalnya sedikit tapi perlahan makin banyak karena *Cheki* memiliki jangka panjang. Terkadang harga *Cheki* bisa naik 5% karena harga kertas *instax* juga naik. Keuntungan bagi member idol yaitu jika member idol memiliki penggemar yang banyak, maka jumlah *Cheki* juga banyak. Member idol juga mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan kontrak manajemen dan hasilnya tidak menentu. Keuntungan bagi penggemar yaitu dapat berinteraksi dengan member idolnya dan mendapatkan tanda tangan dari idolnya yang tertulis di kertas *instax*.

Berikut perbedaan dan persamaan *Cheki* di Jepang dan di Indonesia yaitu perbedaan durasi *cheki* di Jepang biasanya hanya 1-2 menit karena menyesuaikan waktu dari pihak panitia dan manajemen. Namun di Indonesia durasi *cheki* bisa 3-4 menit, tergantung seberapa lama member idol dengan penggemarnya berinteraksi. Di Jepang, pose *Cheki* lebih intim dan berani seperti berpelukan dan digendong seperti *princess* dengan tujuan agar lebih dekat dan akrab dengan idolnya maupun dengan penggemarnya. Sebaliknya, di Indonesia pose *Cheki* lebih fokus pada pendekatan yang santai dan berjarak karena menyesuaikan budaya norma setempat. Namun biasanya jika penggemar sudah dekat lama dengan member idola biasanya pose *cheki* beraneka ragam dan itu sangat biasa terjadi di dunia *Chika Idol*. Persamaannya yaitu pembelian kupon *Cheki* bisa dibeli melalui *link pre-order* yang sudah disediakan oleh manajemen di platform sosial media dan bisa dibeli melalui *on the spot*. Penggemar harus berbaris rapi di jalur idolnya agar area *Cheki* kondusif.

3.3 Wotagei (ヲタ芸)

Wotagei adalah acara di mana penggemar menari menggunakan *lightstick* untuk mendukung aktivitas idolnya (juga dikenal sebagai *oshikatsu*). Wotagei bermula pada tahun 1970-an ketika penggemar memberikan semangat dengan teriakan untuk lagu-lagu idola. Pada tahun 2000-an, semakin banyak penggemar yang bergabung melakukan gerakan unik dan akhirnya menjadi Wotagei. Komunitas Wotagei melakukan gerakan yang telah ditentukan dan dilakukan secara bersamaan di setiap bagian lagu seperti A-melodi, B-melodi, dan refrain. A-melodi adalah bagian awal lagu, B-melodi yang menghubungkan A-melodi ke refrain dan refrain merupakan bagian menarik dari lagu.

Ada dua jenis *lightstick* yang digunakan untuk melakukan teknik Wotagei. Yang pertama adalah *penlight*, yang dapat digunakan terus menerus dengan baterai dan yang kedua adalah *cyalume*, atau cahaya kimia, yang bercahaya ketika ditekuk. Tongkat *cyalume* memiliki dua jenis larutan yang disegel secara terpisah di dalamnya. Ketika tongkat ditekuk, larutan tersebut bercampur dan bercahaya. Karakteristiknya adalah sangat ringan dan memiliki warna fluoresen yang cerah seperti merah, oranye, hijau, ungu, dan berbagai warna lainnya. Oleh karena itu, Anda tidak akan merasa berat bahkan jika Anda membawa beberapa batang saat berlatih. Selain itu, ketika *penlight* digoyangkan dengan keras, baterainya mungkin rusak, tetapi dengan *cyalume*, Anda tidak perlu khawatir tentang hal itu. Namun, karena tergantung pada produk, mungkin ada perbedaan dalam kecerahan dan durasi emisi cahaya, Anda harus memeriksanya

sebelum menggunakannya. Disarankan juga untuk menyiapkan cyalume tambahan karena lebih murah daripada penlight (Yukari, 2019).

Ada beberapa teknik yang telah ditentukan oleh para penggemar dan menampilkan seni mereka menggunakan berbagai teknik untuk setiap lagu. Wotagei juga memiliki nama khusus di setiap gerakannya, antara lain;

1. Romansa: Mengangkat tangan kiri dan memutar tangan kanan sebanyak tiga kali
2. Merry Go Round: Mengharuskan satu orang berdiri di tengah lingkaran dan orang lain berputar di sekelilingnya seperti kuda-kuda putar
3. Kecha: Digunakan saat idolanya menyanyi dengan menjulurkan kedua tangannya ke arah idolanya dan melakukan chant sekeras-kerasnya agar para penggemar bisa memberikan semangat untuk idolanya secara langsung.
4. Amaterasu: Gerakannya seperti menarik busur secara bergantian antara kiri dan kanan, kemudian memutar lengan kiri dan kanan secara besar-besaran.

Berdasarkan jenis wotagei yang telah disebutkan diatas, berikut perbedaan dan persamaannya yaitu; di Jepang, gerakan Wotagei sangat terstruktur, terkoordinasi, dan selalu melakukan tekniknya secara bersamaan, bahkan mereka sangat mendalami makna gerakan dari Wotagei. Sedangkan di Indonesia pengembangan Wotagei masih bersifat individual dan variatif tanpa mengetahui makna Wotagei tersebut, jadi mereka hanya meniru gerakan Wotagei dari Jepang dan memodifikasi dengan cara mereka sendiri tanpa mengetahui maknanya. Sedangkan persamaannya adalah Wotagei dilakukan secara bersamaan maupun individu, bahkan ada komunitas khusus untuk Wotagei.



Gambar 3. Jenis Wotagei di Channel YouTube Hako Wotagei



Gambar 4. Penggemar melakukan Lifting saat di acara Semilir Japan Matsuri 4

Gambar 5. Penggemar melakukan chant secara bersamaan

3.4 Chant

Chant adalah teriakan dan dukungan yang dinyanyikan secara serempak oleh para penggemar saat idol tampil secara langsung. Chant biasanya dilakukan oleh para penggemar dengan meneriakkan ke arah lantai maupun ke arah idolanya, yang bertujuan memberi dukungan dan semangat secara langsung pada idolanya. Ada beberapa jenis chant yang diteriakkan oleh para penggemar, salah satunya chant yang sering digunakan adalah jenis “*Kaihen San Ren Mix*” dengan lirik “人造ファイヤファイボワイパー！タイガータイガー タタタタイガー！チャペアペカラキナチャペアペカラキナ、ミューホントウスク *clap* ワイパー！ファイヤーファイヤー虎虎カラキナチャペアペファーマー海女海女ジャスパー！虎タイガー！虎タイガー！人造せにイエッタイガー！” (*Jinzou faiya faibo waipa! Taiga taiga tatatata taiga! Chape ape kara kina chape ape kara kina, myohontuske *clap* waipa! Faiya faiya tora tora kara kina, chape ape faama, ama ama jyasupa! Tora taiga! Tora taiga! Jinzou seni iettaiga!*) (Latuheru, 2022).

Pada artikel Yestiger (2018), ada juga chant yang dipimpin oleh idol, contoh:

Idol : はい！せーのっ！ (*Hai, se no!*)
 Fans : 言いたいことがあるんだよ！ (*Iitai koto ga arundayo!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : やっぱり。。。は可愛いよ！ (*Yappari (namae) wa kawaii yo!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : 好き好き大好きやっぱ好き！ (*Suki suki daisuki yappa suki!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : やっと見つけたお姫様！ (*Yatto mitsuketa ohimesama!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : 俺が生まれてきた理由！ (*Ore ga umarete kita riyuu!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : それは。。。に出会うため！ (*Sore wa (namae) ni deau tame!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : 俺と一緒に人生歩もう！ (*Ore to isshoni jinsei ayumou!*)
 Idol : 何々？ (*Nani nani?*)
 Fans : 世界で一番愛してる！あ！い！し！て！る！ (*Sekai de ichiban aishiteru! A, I, SHI, TE, RU!*)

Alasan mengapa idola memimpin chant adalah karena idola ingin mendapatkan dukungan penuh cinta dari para penggemar dan untuk menyemangati saat di panggung. Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat perbedaan dan persamaannya yaitu; di Jepang, chant selalu memadati di setiap part lagu seperti saat intro, interlude, reff hingga ending lagu. Namun di Indonesia, chant hanya dilakukan di beberapa part saja dan terkadang jenis chant yang diteriakkan berbeda dengan chant yang sudah dilakukan oleh penggemar di Jepang. Sedangkan persamaannya adalah, Chant dilakukan secara bersamaan oleh banyak orang dan ada gerakan wotagei di beberapa part Chant.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan observasi, penulis menyimpulkan bahwa pengaruh budaya *Chika Idol* Jepang di Indonesia sangatlah besar sehingga banyak orang yang ingin memiliki grup idol sendiri karena memiliki potensi yang besar bagi seseorang yang minat di dunia industri musik serta seseorang yang memiliki potensi menyanyi dan menari mewujudkan impiannya menjadi orang terkenal. Banyak yang berlomba-lomba mengadakan acara konser *Chika Idol* karena sangat menguntungkan bagi orang yang mendalami budaya *Chika Idol* dan bagi orang yang ingin mencari relasi di dunia *Chika Idol*. Acara Jabat Tangan biasanya dilakukan sebelum atau sesudah konser agar para penggemar dapat berinteraksi langsung dengan idolanya dengan durasi yang lumayan lama dan dapat menciptakan hubungan spesial dengan idolanya. Keuntungan bagi manajemen adalah mendapatkan pemasukan uang yang dapat digunakan untuk proyek idol selanjutnya dan dapat memberi gaji untuk member idol. Namun sayangnya di Indonesia jarang diadakan acara Jabat Tangan karena sepi peminat dan kemungkinan terburuknya pemasukan dari acara tersebut sangat kurang sehingga tidak dapat memberi gaji member dan tidak dapat melunasi tempat acara. Cheki juga menjadi sarana komunikasi bagi para penggemar dan idolanya karena saat sesi Cheki, penggemar bisa berkomunikasi dengan idolanya. Cheki sangat diminati bagi penggemar karena sangat terjangkau dan tidak membuang waktu yang banyak. Jika di Jepang pose Cheki sangat bebas, di Indonesia para penggemar dan member idolanya ada batas jarak karena di Indonesia terkadang ada yang selalu mencuri pegang ke bagian yang seharusnya tidak boleh disentuh oleh penggemar dan bisa saja dianggap pelecehan. Wotagei dilakukan secara bersamaan dan harus beramai-ramai agar kombinasi gerakan selaras dan saat idol berada di atas panggung dapat merasakan semangat dari para penggemarnya. Penggemar melakukan gerakan Wotagei menggunakan lightstick yang beraneka ragam warna dan memiliki warna yang sangat menyala. Wotagei bisa dilakukan secara bersamaan dengan Chant karena kegiatan tersebut dilakukan saat idolanya di atas panggung. Chant juga dilakukan secara bersamaan dan selaras karena Chant memberikan semangat penuh bagi idola dan para penggemar.

Referensi

- Arif, R. (2024). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. CV Saba Jaya Publisher. ISBN 978-623-09-7582-0. https://www.researchgate.net/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD
- Igari, Tomoka (2020). "アイドルは顔だ"と誤解する人が知らない真実". *Toyo Keizai* (in Japanese). <https://ddnavi.com/article/d428344/a/>
- Indrawan, A.S., & Hapsari, P.W. (2023). Konsep Aidoru dan Perilaku Fan dalam Anime Perfect Blue. *IDEA : Jurnal Studi Jepang.*, 5(2), 99-107. <https://doi.org/10.33751/idea.v5i2.9123>
- James, L (2022). Japanese Idol History: Idoling Through The Decades. YumeTwins. <https://yumetwins.com/blog/japanese-idol-history-thorough-the-decades>

- Khan., Samia & VanWynsberghe., Robert (2008). *Cultivating the Under-Mined: Cross-Case Analysis as Knowledge Mobilization [54 paragraphs]*. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 9(1).
- Latuheru, K, K. (2022). Analisis Variasi Bahasa Aidoru Kooru Dalam Dorama “Dakara Watashi Wa Oshimashita” Karya Yoshiko Morishita. *Jurnal HIKARI*, 6(2), 167-181. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/hikari/article/view/48194>
- Mana, K. (2021). アイドル文化における「チェキ」：撮影による関係性の強化と可視化．三田哲學會．哲學 (Philosophy). 147(2021.3), 135- 159. <https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara>
- Masiruw, E.K., & Alfariy, F. (2024). Analisis Makna Semantik Terjemahan Lirik Lagu Dalam Single Album River Dan Kimi Wa Melody JKT48. *KIRYOKU*, 8(2). 404-418. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v8i2.404-418>
- Miles, M & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI-Press
- Misa, O. (2018). “The Dark Side of Japan’s Underground Idols: Little Pay, Long Hours and Unbreakable Contracts”. The Japan Times. <https://web.archive.org/web/20201130104559/https://www.japantimes.co.jp/news/2018/12/21/national/social-issues/dark-side-japans-underground-idols-little-pay-long-hours-unbreakable-contracts/>
- Permana, A. (2014). STUDI FANDOM JKT48 SEBAGAI POP CULTURE. *Commonline Departemen Komunikasi*, 3(3), 442-453. <https://journal.unair.ac.id/filerPDF/commaa1f83e578full.pdf>
- Praditya, H.T., & Arisanto, P.T. (2021). Cool Japan Initiative Sebagai Multitrack Diplomacy Jepang Dalam Menyebarkan Budayanya di Indonesia 2011-2019. *Global and Policy Journal of International Relations*. 9(1), 107-119. <https://doi.org/10.33005/jgp.v9i1.2505>
- Tomoki, S. (2018). "地下アイドル、そして応援するファンの実情。内側と外側から業界を見つめる、地下アイドル・姫乃たまインタビュー【前編】". *Da Vinci* (in Japanese). Media Factory. <https://toyokeizai.net/articles/-/364121>
- Yestiger. (2018). Idol 101: How to Do Idol Calls and Mixes. <https://yestiger.wordpress.com/2018/03/07/idol-101-how-to-do-idol-calls-and-mixes/>
- Yukari, Y. FUN!JAPAN. (2019). Apa Itu Otagei/Wotagei? Penjelasan Tentang Jenis Tarian dan Arti Cyalume. From <https://www.fun-japan.jp/id/articles/10648>
- “J-WAVE 開局 20 周年...若年層の圧倒的な支持を受けるラジオ局のこれから”. *Tokyo Shimbun*. 2008-9-30.
- 【ヲタ芸】白狐-Hako- (Hako_wotagei), (2022, 11 Oktober). Wotagei Practice Video-cinematic ver-. Youtube. <https://youtu.be/jBKL7jzRGCM?si=n1dkl8iHleuWBnQE>