

Eni Novianti Saradani. Program Studi Ilmu Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunodjoyo Madura.
Praktek Roleplayer di Twitter dalam Membangun Identitas Fantasi
Dosen Pembimbing : Dr. Yuliana Rakhmawati, S.sos., M.si

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah melahirkan berbagai bentuk praktik komunikasi baru, salah satunya adalah fenomena roleplayer (RP) di Twitter. Roleplayer fandom memanfaatkan Twitter sebagai ruang untuk memerankan karakter tertentu khususnya tokoh idola K-pop sebagai bentuk ekspresi diri dan interaksi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami praktik roleplayer fandom di Twitter dalam membangun identitas fantasi, dengan menelaah motif, pengalaman komunikasi, serta makna identitas fantasi bagi para roleplayer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan roleplayer fandom yang aktif di Twitter, serta observasi terhadap aktivitas roleplay yang dilakukan. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kerangka analisis penelitian ini merujuk pada teori identitas fantasi yang dikemukakan oleh Samovar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif roleplayer dalam bermain RP di Twitter meliputi ekspresi diri, hiburan, pelarian dari realitas (escapism), serta keinginan membangun relasi sosial dalam komunitas fandom. Praktik roleplayer diwujudkan melalui penciptaan karakter fantasi, penggunaan simbol komunikasi seperti bahasa dan narasi, serta interaksi sosial dengan roleplayer lain. Identitas fantasi dimaknai sebagai sarana kreativitas, media eksplorasi diri, dan bentuk keterlibatan sosial yang memberikan pengalaman komunikasi imajinatif namun bermakna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa identitas fantasi dalam praktik roleplayer di Twitter dibangun melalui proses komunikasi simbolik dan interaksi sosial yang berlangsung secara berkelanjutan.

Kata kunci: roleplayer, fandom, Twitter, identitas fantasi, komunikasi digital.

Eni Novianti Saradani. Program Studi Ilmu Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunodjoyo Madura. Praktek Roleplayer di Twitter dalam Membangun Identitas Fantasi
Dosen Pembimbing : Dr. Yuliana Rakhmawati, S.sos., M.si

ABSTRACT

The development of social media has given rise to various forms of new communication practices, one of which is the roleplayer (RP) phenomenon on Twitter. Roleplayer fandom utilizes Twitter as a space to portray certain characters particularly K-pop idols as a form of self-expression and social interaction. This study aims to understand the practices of roleplayer fandom on Twitter in constructing fantasy identity by examining their motives, communication experiences, and the meaning of fantasy identity.

This research employs a qualitative approach with a phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews with active roleplayers on Twitter and observation of roleplay activities. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The analytical framework of this study refers to the fantasy identity theory proposed by Samovar.

The findings indicate that roleplayers' motives include self-expression, entertainment, escapism, and the desire to build social relationships within fandom communities. Roleplayer practices are manifested through the creation of fantasy characters, the use of symbolic communication such as language and narrative, and social interactions with other roleplayers. Fantasy identity is interpreted as a medium for creativity, self-exploration, and social engagement that provides imaginative yet meaningful communication experiences. This study concludes that fantasy identity in roleplayer practices on Twitter is constructed through continuous symbolic communication and social interaction.

Keywords: roleplayer, fandom, Twitter, fantasy identity, digital communication.