

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Media baru telah menjadi sarana komunikasi yang paling populer untuk segala usia dan paling digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media baru yang paling populer saat ini adalah platform twitter. Media masa twitter merupakan salah satu situs microblog yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca sebuah opini, komentar serta berita yang terjadi pada saat ini, pesan yang ditulis dalam setiap kicauan (tweet) memiliki batas hingga 280 karakter. Twitter juga dapat diakses menggunakan berbagai alat komunikasi seperti pc maupun ponsel, hal ini semakin memudahkan para penggunanya.

Adanya akun twitter idol k-pop dan interaksi sang idola kepada penggemar, lahirlah fenomena tiruan yang dilakukan oleh penggemar. Tiruan ini dilakukan dengan meniru nama pengguna yang dibuat dengan cara serupa dengan nama pengguna bahkan identitas idol k-pop, serta unggahan yang dibuat menyerupai idol k-pop. Fans menyebut istilah fenomena ini dengan istilah bermain peran atau disebut juga roleplayer, merupakan salah satu bentuk mewujudkan karakter dan bertindak sesuai dengan peran yang ingin dimainkan dengan cara meniru identitas, ekspresi, kepribadian dan hobi karakter yang dimainkan. Roleplaying di twitter adalah salah satu bentuk kegiatan penggemar bermain atau berpura-pura memiliki peran sebagai karakter yang mereka idolakan dan menggunakan identitas karakter siapa yang mereka gunakan di twitter.

Akun roleplayer membuat identitas dan profil mereka melalui potret diri anonim dan berinteraksi bersama pemain roleplayer lain melalui profil bio anonim atau semi-anonim. Melakukan kegiatan roleplay ini hanya tentang menciptakan kedekatan dengan sang idola. Nama tampilan dan nama pengguna yang digunakan juga didukung oleh Roleplayer seperti identitas berupa label yang diberikan oleh orang-orang disekitarnya, dalam hal ini nama sang idola, yang mempengaruhi pemilihan nama akun Roleplay sebagai bentuk representasi dan identitas virtual

mereka. Dalam dunia role-playing, gambar profil juga berperan sebagai cermin yang menunjukkan identitas pengguna. Pada dasarnya role-player game sudah ada sejak zaman Facebook sekitar tahun 2008, meskipun istilah tersebut belum dikenal pada saat itu. Istilah roleplayer mulai populer sekitar tahun 2010. Salah satu media sosial yang muncul sebagai wadah adalah Twitter. Para pemain peran ini saling berinteraksi di dunia maya dengan karakter pilihannya, bermain sebagai karakter sesuai dengan latar belakang karakter tersebut. Mulai dari karakter anime, drama, film, aktor dan aktris hingga public figure lainnya. Ada dua fandom besar fenomena roleplayer saat ini yakni penggemar anime dan K-pop. Kedua fandom ini mendominasi akun rolplayer di media sosial twitter.

Kreativitas penggemar dalam bermain rolplayer merupakan kreativitas yang sudah ada dalam kelompok penggemar sejak lama. Melalui rolplayer yang diparodikan oleh para penggemar ini, ia mencoba mengekspresikan fantasinya melalui tweet yang berisi fantasi memainkan peran idola dalam kehidupan sehari-hari, yang dibagikan secara luas di kalangan penggemar. Sebuah budaya bahkan telah muncul di mana penggemar dapat membiarkan imajinasi mereka menjadi liar melalui tweet. Dengan membuat tweet fantasi yang sesuai dengan imajinasinya, penggemar ingin menciptakan keakraban antara dirinya dan idolanya yang mencakup permainan peran. Fans menciptakan dunia palsu (dunia tak nyata) yang dia inginkan dengan idolanya. Di dunia permainan peran, dapat menemukan akun agency, akun klub (squad), akun fanbase, akun event organizer dan akun base, yaitu untuk mencari pasangan, mencari keluarga atau memulai sebuah keluarga, adopsi, pernikahan, konser, dll. Karena itu, para pemain peran menyebutnya RPW, atau Role-Player World, dunia bermain peran yang mengambil setting dunia nyata. Rolerplayer agency adalah wadah sebagian besar akun roleplayer. Agensi umumnya memiliki banyak manajer yang bertanggung jawab untuk mengelola agensi dan memenuhi tugas dan peran mereka bagi para anggota agensi. Bentuk agency berupa akun Twitter. Setiap agency biasanya memiliki seperangkat aturan sendiri yang harus diikuti oleh anggotanya. Agency roleplayer sendiri dibagi

menjadi 2 tipe yaitu open agency dimana para anggotanya diperbolehkan untuk mengikuti agency lain serta diperbolehkan untuk mem-follow para member dari agency lain maupun akun roleplayer non-agency, selain open agency terdapat close agency dimana agency tidak memperbolehkan anggotanya untuk mengikuti agency lain dan hanya memperbolehkan anggotanya mem-follow para anggota dari agency itu.

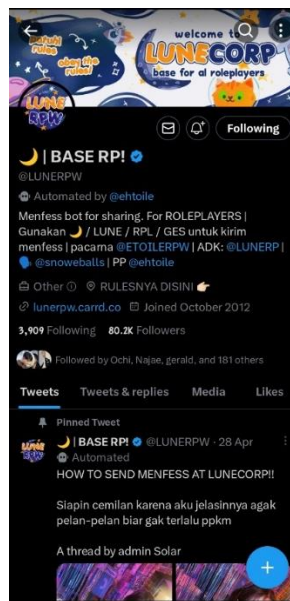


Gambar 1. 1 Contoh akun agency Roleplayer di X

Lalu ada juga istilah di dunia rolerplayer yaitu Squad. Tidak seperti agency, di mana setiap pemain peran hanya dapat memiliki satu agency, squad biasanya mengizinkan setiap pemain peran memiliki lebih dari satu squad. squad itu sendiri adalah suatu bentuk kelompok dalam dunia bermain peran, dengan para peserta biasanya berkomunikasi tidak hanya dalam konteks bermain peran, tetapi juga dalam konteks lain, seperti mendiskusikan kehidupan mereka di dunia nyata. Jadi, sebuah tim bisa dikatakan sebagai sebuah kelompok yang lebih erat dan akrab antar anggotanya. Dalam kegiatannya, para roleplayer biasa melakukan IC (in character) dan OOC (out of character). In character adalah dimana sang roleplayer sedang memerankan karakternya, mulai dari sifat dan kepribadiannya yang sesuai

dengan karakter yang diperankan. Sedangkan Out Of Character dimana sang roleplayer sedang tidak menjadi sesuai dengan peran, sifat dan kepribadian dari karakter yang diperankannya.

Hingga saat ini, jumlah akun Korean roleplayer yang tergabung dalam roleplay world di indonesia adalah sebanyak 80.200.000 akun jika dilihat dari followers salah satu akun fanbase roleplay world indonesia terbesar di media sosial twitter, yaitu @LUNERPW. Fanbase sendiri merupakan suatu wadah atau tempat yang memiliki penggemar paling banyak, dimana mereka yang mengikuti fanbase tersebut dapat berdiskusi mengenai idola yang mereka sukai. Akun LUNERPW bertugas untuk memberikan info-info menarik, games, menfess, WGL (We Got Love), WGF (We Got Family), dan lain-lain. Fanbase ini telah berdiri sejak Desember 2011 dan masih aktif hingga tahun 2023, LUNERPW merupakan fanbase yang paling banyak di follow oleh Korean roleplayer karena selalu aktif untuk memberikan berbagai macam informasi tentang idol K-Pop dan juga juga hal-hal menarik lainnya baik seputar K-Pop maupun mancanegara.



Gambar 1. 2 Akun Base RP

Keberadaan akun parodi ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menciptakan ruang negosiasi identitas yang kompleks. Para pengguna yang memainkan akun parodi tidak sekadar melakukan impersonifikasi, melainkan membangun narasi, gaya bahasa, hingga pola interaksi yang menyerupai idol K-Pop. Mereka memposisikan diri sebagai “idol digital” yang melakukan fan service, menciptakan ilusi kedekatan emosional, dan mendapatkan pengakuan dari sesama penggemar. Aktivitas ini menunjukkan bahwa Twitter bukan sekadar media komunikasi, melainkan arena pembentukan identitas fantasi, yaitu identitas alternatif yang terbentuk dari keinginan, imajinasi, dan kebutuhan akan pengakuan sosial di dunia maya.

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan bagaimana identitas tidak lagi bersifat tetap dan tunggal, tetapi bersifat cair, fleksibel, dan dapat dinegosiasikan sesuai konteks ruang digital. Dalam konteks fenomenologi, penting untuk memahami bagaimana pengalaman subjektif para pelaku akun parodi, apa motivasi mereka, bagaimana mereka memaknai peran yang mereka mainkan, dan sejauh mana identitas fantasi tersebut memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan komunitas fandom K-Pop secara lebih luas.

Namun, hingga saat ini, praktik “parodi idol K-Pop” di Twitter lebih sering dipandang sebagai bagian dari hiburan fandom tanpa melihat makna mendalam di baliknya. Padahal, di balik aktivitas tersebut tersimpan pengalaman personal, kebutuhan afeksi, hingga pencarian identitas yang layak untuk dipahami. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya melihat fenomena ini sebagai fenomena digital semata, tetapi juga sebagai bentuk pengalaman eksistensial yang dialami penggemar secara sadar.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman hidup (*lived experience*) para K-Popers yang membangun identitas fantasi melalui akun parodi idol K-Pop di Twitter. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada fenomena

permukaannya, tetapi juga mencoba memahami makna subjektif yang melandasi terbentuknya identitas digital dalam budaya fandom K-Pop.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan didalam penjelasan diatas, maka peneliti membuat fokus penelitian yaitu “Praktik Roleplayer Fandom di Twitter dalam Membangun Identitas Fantasi” maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif Korean Roleplayer dalam menggunakan media sosial Twitter?
2. Bagaimana pengalaman Korean Roleplayer dalam menggunakan media sosial Twitter?
3. Bagaimana identitas fantasi dimaknai oleh kalangan Korean Roleplayer?

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disampaikan diatas, yakni :

1. Untuk mengetahui dan memahami motif Korean Roleplayer dalam menggunakan media sosial Twitter.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengalaman Korean Roleplayer selama menjalankan aktivitas roleplay di Twitter.
3. Untuk mengungkap bagaimana identitas fantasi dimaknai oleh kalangan Korean Roleplayer dalam konteks interaksi digital di media sosial Twitter.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan ada dua aspek yang diperhatikan, yang akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari dua hal, yaitu dari segi teori pengembangan. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang menggunakan teori

Identitas Fantasi. Terkait perkembangan informasi, fakta-fakta yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam penelitian role-player Korea di media sosial Twitter.