

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini membahas mengenai budaya virtual yang ada pada *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter. *Roleplaying* merupakan salah satu kegiatan virtual yang dilakukan oleh komunitas fandom K-pop. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metodologi penelitian ini adalah etnografi virtual karena peneliti perlu mengetahui budaya dan interaksi yang dilakukan oleh *roleplayer* K-pop di Twitter dengan mencermati secara aktif dan menjadi bagian dari *roleplayer* K-pop secara langsung (*lived experienced*). Alasan peneliti menggunakan metode etnografi virtual adalah peneliti pernah bergabung di dalam kelompok tersebut dan memiliki narasumber yang aktif bermain *roleplayer* K-pop di Twitter sehingga dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengamatan di media sosial. Budaya virtual di media sosial Twitter menjadi topik yang menarik karena interaksi didalamnya sangatlah luas dan media sosial merupakan suatu hal yang kita gunakan sehari-hari di era saat ini. Budaya virtual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh pemain *roleplay* K-pop, cara mereka mengartikulasi identitasnya serta interaksi yang dilakukan di Twitter.

Dunia saat ini sedang mengalami kemajuan perkembangan komunikasi yang pesat. Seiring dengan itu, muncul revolusi media teknologi yang mendukung kegiatan manusia salah satunya adalah internet. Internet merupakan produk teknologi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat karena mudah diakses. Dengan internet, manusia dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi dengan mudah tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sebagai hasil teknologi, internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial yang baru dan berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya.

Biasanya masyarakat berinteraksi secara tatap muka langsung, dengan internet masyarakat berinteraksi secara *online* melalui dunia maya (Alyusi, 2016).

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network*. Melansir dari KBBI, internet adalah suatu jaringan komunikasi elektronik yang sangat besar, jaringan ini mampu mengkoneksikan jaringan dan fasilitas komputer dari seluruh dunia melalui satelit. Dengan jaringan internet, mampu mengkoneksikan antar manusia dari berbagai belahan dunia. Interaksi di dunia maya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia salah satunya adalah kebutuhan akan suatu informasi (Alyusi, 2016).

Penggunaan internet sebagai media interaksi sosial terus bertambah dari tahun ke tahun. Internet dengan cepat menjadi bagian dari struktur kehidupan kita, tidak hanya di masyarakat maju tetapi juga dalam aktivitas sehari-hari dan kelompok sosial yang dominan di sebagian besar dunia (Alyusi, 2016). Jumlah pengguna internet di Indonesia juga berkembang pesat. Menurut data yang diperoleh dari Kompas.com, jumlah pengguna internet di tahun 2020 sebanyak 196.7 juta jiwa dan mengalami peningkatan yang drastis di awal tahun 2021 yaitu sebanyak 202,6 juta jiwa. Dari jumlah total penduduk di Indonesia, sebanyak 73,7 persen pengguna internet. (Kompas.com)

Media digital merupakan salah satu bentuk media baru dari media komunikasi saat ini (Puspita, 2015, p. 204). *Cyberspace* adalah sebuah ruang imajiner yang didalamnya setiap orang bebas melakukan apa saja yang biasa dilakukan di kegiatan sehari-hari tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu (Piliang, 2012, p.145). Dari situ muncul media sosial yang mendukung interaksi sosial melalui *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog yang interaktif (Cahyono, 2016). Adanya media sosial mampu mengubah interaksi sosial masyarakat yang awal mulanya bertatap muka kini manusia bebas berkomunikasi secara virtual contohnya melalui Whatsapp dan Line Messenger.

Proses interaksi yang dilakukan melalui internet ini artinya ada sebuah proses interaksi berbasis komputer yang memiliki konsekuensi tertentu. Budaya siber merupakan budaya yang muncul dari media internet. Budaya sendiri pada dasarnya adalah nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar sesama individu dalam konteks interaksi dan pengalaman antar individu terkait menggunakan sebuah media.

Interaksi yang dilakukan karena teknologi internet kemudian membentuk sebuah realitas virtual. Realitas virtual terbentuk karena media yang digunakan adalah bersifat buatan. Pierre Levy menyatakan (dalam Lubis, 2017, p. 3) era informasi dari sebuah komputer tersebut melahirkan yang disebut dengan *cyberculture* atau budaya siber. Levy menjelaskan budaya siber adalah budaya yang lahir karena interaksi masyarakat dua bentuk tipe realitas virtual. Pertama dunia virtual yang tertutup (*offline*), dan kedua realitas virtual yang terbuka (*online*), dimana semua orang dapat mengakses, saling berinteraksi dengan sangat cepat dan berpartisipasi juga didalamnya. Tim Jordan (2003) menjelaskan budaya siber di era informasi saat ini telah menyingkirkan budaya lama dan membentuk budaya dan konsep yang mengikutinya seperti *virtual community*, *virtual social*, *virtual*, *economics*, *virtual lives* dan lain sebagainya.

Stren (2002) pernah melakukan analisis terhadap remaja putri yang menelusur informasi di suatu website, dia menemukan bahwa internet merupakan bentuk ekspresi diri seseorang dalam aktivitas pengembangan sosial (Alyusi, 2016). Stren berpendapat bahwa internet mengembangkan pengetahuan sosial. Selain itu, remaja tidak hanya memperoleh informasi dengan hanya membaca artikel tetapi remaja juga dapat melakukan pertukaran informasi dengan berbagai teman melalui jejaring sosial. Mereka membangun sebuah pertemanan di dunia maya (Alyusi, 2016). Hal ini dinamakan *online relationship*. Piliang (2012) dalam jurnalnya menjelaskan *cyberspace* terbentuk oleh jaringan komputer dan informasi-

informasi yang tersebar secara global mampu membentuk komunitas virtual (*virtual community*).

Komunitas virtual adalah sebuah komunitas yang nyata terdiri dari sekelompok orang yang memiliki minat yang sama, namun mereka saling berinteraksi melalui dunia maya (Alyusi, 2016). Mereka secara bebas dapat saling bertukar pikiran, pandangan dan informasi satu sama lain. Berbeda dengan komunitas di dunia nyata yang dapat berinteraksi dan bertemu secara tatap muka langsung, akan tetapi di dunia maya setiap orang dapat bertemu orang lain secara bebas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Komunitas ini memanfaatkan *blog*, *website*, forum dan situs jejaring sosial untuk berbagi informasi, mengutarakan pendapat dan membangun pertemanan (Alyusi, 2016).

Rheingold mengatakan:

“Orang-orang di komunitas virtual menggunakan kata-kata seperti teks untuk saling berkomunikasi. Mereka berdebat, melakukan transaksi jual-beli, bertukar informasi, berbagi dukungan emosional, *brainstroming*, gosip, saling jatuh cinta, mencari pertemanan, bermain game, membuat perseteruan, menggoda, dan membuat seni. Orang-orang di komunitas virtual ini melakukan kegiatan yang hampir sama seperti yang dilakukan orang-orang pada umumnya di dunia nyata tanpa menghadirkan tubuh fisik kita” (Dhiaulhaq, 2015).

Salah satu bentuk aktivitas komunitas yang ada di dunia virtual adalah *roleplaying*. *Roleplay*, secara harfiah berasal dari kata *role* (peran) dan *play* (bermain) yang berarti adalah bermain sebuah peran. *Roleplay* adalah rangkaian aktivitas untuk bermain peran atau menirukan suatu tindakan atau keadaan (Yardley, 1997). Bermain peran yang dimaksudkan adalah seseorang memainkan peran tokoh-tokoh yang sudah ada, seakan-akan menjadi diri tokoh tersebut saling berinteraksi dan membuat jalan cerita sendiri bersama para pemain *roleplay* lainnya. Para pemain *roleplay* disebut sebagai *roleplayer*. *Roleplayer* biasanya bermain *roleplay* karena ingin menciptakan kedekatan antar dirinya dengan tokoh idola yang dimainkan yaitu dengan cara bermain *roleplay* (Pane, 2020).

Budaya Korea saat ini berkembang pesat dan meluas secara global. Indonesia salah satunya, budaya korea bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat sehingga muncul fenomena *Hallyu Wave* atau gelombang Korea. Salah satunya dalam industri musik yang tengah diramaikan oleh musik aliran *genre pop* asal Korea Selatan atau biasa disebut K-pop. Sebagai wadah tempat berkumpulnya penggemar K-pop muncul suatu komunitas yang disebut *fandom*. Setiap grup K-pop memiliki nama *fandom* nya masing-masing. Untuk berkomunikasi dengan sesama penggemar idol K-pop, mereka memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Twitter, Instagram dan membentuk *fanbase-fanbase* untuk mengikuti perkembangan aktivitas idola mereka.

Roleplay selalu dikaitkan dengan penggemar K-pop. Dari keberadaan akun-akun media sosial itu muncul fenomena budaya digital yaitu bermain peran yang dilakukan oleh penggemar K-pop (Fatmawati, 2017, p. 2). Idealnya imitasi dilakukan mulai dari pemilihan karakter idol, lalu memilih *username* yang sedemikian rupa mirip dengan idol, dan memasang foto profil idol K-pop pilihannya. *Roleplayer* K-pop berpura-pura menjadi seorang karakter idola pilihan mereka, menggunakan identitas karakter tersebut menjadi identitas diri nya di sosial media. Mereka juga saling mengirim pesan kepada pemain *roleplay* lain seolah-olah dirinya memang karakter idol tersebut. Isi pesan yang disampaikan seperti kegiatan jadwal sesungguhnya acara musik idol selama masa promosi, mengunggah foto dan video.

Roleplay bisa dimainkan di platform media sosial mana saja, mulai dari Facebook, Twitter hingga media sosial *chatting* seperti Whatsapp, Line dan Kakaotalk. Namun, pada penelitian ini media sosial yang akan diteliti adalah Twitter. Twitter adalah layanan media sosial berbasis teks yang memungkinkan penggunaanya untuk bebas mengirim, membaca pesan dan mengekspresikan dirinya masing-masing.



Gambar 1.1 Akun roleplayer di Twitter (Sumber Twitter, dokumentasi peneliti)

Twitter membatasi ruang 280 karakter bagi penggunanya untuk berbagi pesan dan tidak membatasi orang dalam menerima informasi dari *tweet* seseorang. Indonesia tercatat menjadi pengguna terbesar ketiga Twitter setelah AS dan Jepang di tahun 2010 (BBC News). Hal ini bersamaan dengan awal mula hadirnya *roleplay* K-pop di media sosial. Meskipun sempat mengalami penurunan pengguna Twitter, hingga saat ini *roleplayer* K-pop masih tetap aktif dan semakin ramai baik dari yang sudah lama bergabung dengan *roleplay* atau pemain baru.

Twitter menawarkan fitur mengunggah foto, video, status melalui *tweet*, *mention*, dan *direct message* untuk mengirim pesan secara personal. Kelebihan dari Twitter dibandingkan jejaring sosial yang lain yang digunakan oleh *roleplayer* K-pop adalah platform ini menggunakan kata-kata untuk berinteraksi dengan sesama penggunanya. Contohnya seperti Kakaotalk, Line dan Telegram yang pada dasarnya adalah layanan jejaring sosial *chatting* atau pesan instan. *Roleplayer* K-pop di platform tersebut saling berinteraksi dengan cara bergabung dalam suatu grup khusus para

roleplayer. Berbeda dengan Twitter yang interaksinya lebih bebas, fleksibel dan tidak harus mengarah kepada orang-orang tertentu. *Roleplayer* K-pop di Twitter lebih mudah ditemukan dan dapat dikenali dari profil akunnya. Selain itu, berdasarkan dari fiturnya, Twitter memudahkan penggunaanya untuk berinteraksi tanpa mengetahui identitas asli dari pemilik akun. Sama halnya dengan konsep *roleplayer* yang berkomunikasi tidak menggunakan identitas asli melainkan identitas orang lain, hal ini menjadi salah satu alasan kegiatan *roleplaying* ini lebih aktif dan memilih platform Twitter dibandingkan dengan platform lainnya.

Twitter juga menjadi salah satu media sosial yang dimana informasi bisa dengan cepat tersebar. Sebab ketika pengguna Twitter dapat mendapatkan informasi, mereka dapat dengan cepat memproduksi ulang informasi tersebut dengan fitur yang dimiliki Twitter seperti *Retweet*, *Quote Tweet* dan *reply*. Para *roleplayer* pastinya memiliki budaya tersendiri dilihat dari interaksi yang dilakukan oleh sesama *roleplayer* dan Twitter memberikan fasilitas interaksi tersebut sebagai media sosial. Di Twitter juga ada yang namanya *autobase*. Muslim (2020) mengatakan *base* adalah wadah bagi pengguna Twitter yang ingin melakukan interaksi dengan yang pengguna lain tetapi dengan menyembunyikan identitasnya dan tidak berani menyampaikannya secara langsung (Jannah, 2021, p. 12). Dikutip dari Jannah (2021) Fahmi mengatakan manfaat dari *autobase* adalah untuk ruang diskusi, saling berbagi informasi, maupun mencari “mutual” atau kenalan di Twitter. Fitur-fitur dari Twitter inilah ini juga menjadi salah satu alasan banyak *roleplayer* yang menggunakannya dibandingkan dengan media sosial lain.

Di media sosial, komunikasi atau interaksi yang dilakukan pada dasarnya adalah berbasis teks, hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengkomunikasikan dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*). Konsep dari *roleplay* sendiri adalah permainan peran yang menuntut pemainnya untuk berubah sementara menjadi identitas orang lain (Putri,

2017, p. 6). Proses ini dinamakan *identity fluidity*. Tim Jordan menjelaskan *identity fluidity* adalah pembentukan identitas secara *online* atau virtual, dan identitas yang terbentuk ini tidaklah selalu sama dengan di dunia nyata (Nasrullah, 2014, p. 146). Ada pula *renovated hierarchies* yaitu proses dimana hierarki yang terjadi di dunia nyata dirancang kembali menjadi *online hierarchies*. Tim Jordan menjelaskan hasil akhir dari kedua proses ini selanjutnya menjadi *informational space* yakni informasi yang menggambarkan realitas yang hanya berlaku di dunia virtual (Nasrullah, 2014, p. 146). Sama halnya dengan *roleplayer*, mereka saling berinteraksi dan membentuk realitas virtualnya sendiri, meskipun menggunakan karakter asli di dunia nyata aktivitas dalam media sosial tentu berbeda dengan apa yang ada di dunia nyata.

Para *roleplayer* biasanya akan memilih karakter idol yang mereka senangi dan mirip dengan kepribadiannya. Setiap akun *roleplay* selalu ada deskripsi melalui *bio* dan tentu saja deskripsinya adalah sosok yang ideal karena menggunakan identitas orang lain dan bisa dengan mudah mewujudkan karakter tersebut. Tak jarang *roleplayer* membuat karakternya tersendiri terlepas dari karakter asli yang mereka mainkan. *Roleplay* menawarkan wadah alternatif bagi seseorang guna untuk melatih peran sosial. Pemain *roleplay* menemukan sesuatu yang tidak mereka temui di dunia nyata dan mungkin saja bisa jadi pengalaman berharga bagi mereka (Putri, 2017, p. 9). Salah satu alasan mengapa individu memilih identitas yang berbeda di internet dengan identitas dunia nyatanya karena mereka tidak bisa mendapatkan tempat dalam kehidupan sosial mereka di dunia nyata (Wood and Smith, 2004, p. 59).

Interaksi yang dilakukan para *roleplayer* di media sosial menjadi hal yang menarik untuk diteliti dan interaksi tersebut dilakukan terus-menerus dan membentuk budaya virtual tersendiri bagi para *roleplayer*. *Roleplayer* menggunakan karakter idol K-pop sebagai identitasnya, salah satu kegiatan yang ada dalam dunia *roleplayer* adalah konser virtual. Bedanya dengan

konser virtual di dunia nyata, disini mereka menggunakan identitas idol K-pop lalu menggunakan karakternya dan melakukan konser seakan-akan sama seperti idola aslinya ketika akan melakukan konser. Konser virtual di dunia *roleplayer* benar-benar dilakukan dengan niat. Mereka mempersiapkan segala hal dan membentuk kepanitiaan dengan cara *open recruitment* tentunya masih dalam bentuk identitas virtual. Persiapannya mulai dari kostum konser, desain panggung, dan poster konser virtual untuk meramaikan acara konser virtual. Selain kegiatan konser virtual, pemain *roleplayer* juga menggunakan kesempatan ini untuk mencari mutual untuk dijadikan *bestie* (sahabat dekat dalam dunia maya) *virtual family* (keluarga dekat di dunia maya), atau bahkan *virtual couple* (pasangan di dunia maya). Untuk jenjang yang lebih lanjut, *virtual couple* ini bisa melakukan *virtual wedding* (pernikahan di dunia maya) hingga punya anak secara virtual. Biasanya mereka akan melakukan kegiatan ini dengan mengirim sebuah foto atau video yang diedit dengan diberi *caption* seolah-olah terjadi di dunia nyata.

Dalam dunia virtual seseorang bisa dengan mudah dan bebas mengasumsikan dirinya menjadi siapapun yang mereka inginkan. Misalnya, dalam *roleplayer* K-pop seorang perempuan bisa menjadi seorang idol K-pop dari *boygroup* begitu pula sebaliknya. Hal tersebut merupakan sesuatu yang lumrah dilakukan di dunia virtual.

Ketika *roleplayer* membuat identitas yang jelas berbeda dengan identitas dirinya, itu berarti tidak menunjukkan jati diri sebenarnya ketika di dunia virtual. Dalam beberapa kasus dari pengalaman yang didapatkan oleh peneliti dalam dunia *roleplay* K-pop, ketika sudah melakukan kontak pribadi di identitas dunia nyata, ada yang menganggap tidak sesuai dengan ekspektasi ketika berinteraksi di dunia maya, tetapi juga ada yang membangun pertemanan di dunia nyata.

Fokus dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana budaya virtual *roleplayer* K-pop di Twitter, cara mereka saling berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya menggunakan identitas virtualnya. Pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti akan membahas mengenai budaya virtual *roleplayer* K-pop di media sosial melalui metode etnografi virtual.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimana *roleplayer* K-pop Indonesia mengartikulasi identitasnya di Twitter?
2. Bagaimana interaksi yang dilakukan oleh *roleplayer* K-pop Indonesia di Twitter?
3. Bagaimana budaya virtual *roleplayer* K-pop Indonesia di Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis budaya virtual para *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memahami interaksi dan aktivitas yang dilakukan oleh *roleplayer* K-pop secara virtual melalui media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap penelitian mengenai komunitas virtual dan menambah kajian terhadap penelitian serupa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi kepada pembaca mengenai budaya virtual dan dapat memberikan pandangan baru mengenai interaksi yang terjadi pada komunitas virtual. Selain itu penelitian ini juga bermanfaat untuk memberi pengetahuan mengenai komunikasi melalui sebuah aplikasi atau media sosial di *smartphone*.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat membantu peneliti memberikan gambaran alur jalan penelitian kedepannya serta dapat menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian untuk memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang sejenis antara lain:

Putri, Cynthia H. (2017) berjudul “Konstruksi Identitas Virtual Pada Komunitas K-pop di Facebook”. Tujuan penelitian Putri adalah untuk Mendeskripsikan konstruksi identitas *roleplayer* K-pop di Facebook dilihat dari tanda dan interaksi di komunitas virtual. Selanjutnya penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari *roleplay* terhadap identitas dirinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa konstruksi identitas seorang *roleplayer* dilakukan dengan cara pemilihan foto profil, penggunaan bahasa dan simbol saat berinteraksi dengan pemain lain. Hasil dari wawancara dengan narasumber pada penelitian ini, pengaruhnya ke dunia nyata memiliki identitas yang hampir sama dengan identitasnya saat bermain *roleplay*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai *roleplayer* K-pop di salah satu platform jejaring sosial. Perbedaan penelitian Putri dengan penelitian ini adalah penelitian sekarang adalah lebih membahas tentang bagaimana konstruksi identitas diri dan konsep

diri *roleplayer* secara individu bukan budaya virtual secara keseluruhan. Teori dan metode penelitian yang diterapkan juga berbeda.

Rahmawati (2017) penelitiannya berjudul “Studi Etnografi Virtual Pada Fandom Boyband EXO di Media Sosial Instagram”. Tujuan dari penelitian Rahmawati adalah untuk mengetahui perkembangan budaya penggemar, aktivitas yang dilakukan oleh penggemar secara *online* dan tekstual dan dikaitkan dengan kecenderungan seksual idolanya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode etnografi yaitu observasi partisipatif. Hasil dari penelitian Rahmawati, penggemar membentuk subkultur *fandom* dengan caranya sendiri dalam mengagumi idolanya yaitu dengan membuat cerita fiksi. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode etnografi virtual. Perbedaan penelitian Rahmawati dengan penelitian sekarang adalah objek penelitian berbeda dengan peneliti. Penelitian Rahmawati tidak membahas tentang komunitas *roleplayer* K-pop, melainkan budaya *fandom* dari boygroup K-pop.

Pane (2020) penelitiannya berjudul “Keterbukaan Diri Pengguna Akun K-pop *Roleplayer* Twitter di Kota Medan”. Tujuan penelitian Pane adalah untuk mengetahui keterbukaan diri pengguna akun K-pop *roleplayer* Twitter di Kota Medan dan ingin mengetahui alasan pemilihan karakter yang diperankan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitiannya adalah keterbukaan diri menjadi hal penting untuk melanjutkan hubungan yang lebih nyaman dengan alasan yang berbeda-beda dari setiap informan. Persamaan dari penelitian Pane dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas mengenai *roleplayer* K-pop di jejaring sosial. Perbedaannya berada pada sudut pandang yang diambil dari *roleplayer* K-pop dengan melihat secara personal dari sisi psikologis pengguna akun *roleplay* atas keterbukaan dirinya di Twitter.

1.5.2 Budaya Virtual (Virtual Culture)

Teknologi informasi saat ini telah menjadi penopang bagi seluruh aktivitas kehidupan masyarakat sehari-hari khususnya masyarakat modern. Adanya teknologi, segala aktivitas yang dilakukan di dunia nyata kemudian dilakukan melalui teknologi yaitu internet (Lestari, 2017, p. 2). Konsep budaya telah dipahami dalam disiplin terkait didasarkan pada kehadiran fisik seseorang. Artinya, budaya dipahami sebagai hasil produk dari seluruh rangkaian proses sosial yang dijalani oleh manusia kepada manusia lainnya dalam masyarakat dengan segala aktivitasnya (Mules, 2000). Namun, kemajuan teknologi yang semakin pesat kini dapat memudahkan masyarakat untuk berinteraksi tanpa adanya kehadiran fisik dan bertatap muka.

Perkembangan terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi menjadi suatu hal yang dapat kita rasakan perubahannya dari waktu ke waktu. Pada dasarnya, komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar manusia sehari-hari sekadar bertukar pesan untuk menanyakan kabar seseorang. Semakin canggih teknologi informasi saat ini lahirlah berbagai jenis industri media baru, baik media cetak maupun elektronik (Machmud, 2011, p. 57). *Handphone* (telepon seluler) pada awalnya adalah seperangkat alat komunikasi pengganti telepon jadul. Hadirnya internet saat ini, *handphone* bukan hanya sekadar alat komunikasi untuk telepon maupun SMS. Bentuk-bentuk variatif komunikasi oleh *handphone* semakin tak terelakkan seperti bertukar e-mail, munculnya jejaring sosial, *game online*, dan lain sebagainya.

Internet, *game online* dan jejaring sosial menandai sebuah generasi yang didominasi oleh budaya baru yaitu budaya virtual. Budaya virtual adalah budaya yang telah muncul, atau muncul dari penggunaan komputer jaringan untuk berkomunikasi, hiburan dan bisnis (Horn, 1998). Internet merupakan sarana baru bagi kelompok-kelompok masyarakat kini. Berbagai komunitas maya terbentuk karena para pengguna internet yang saling berkomunikasi

menggunakan teknologi internet. Komunitas maya dapat terbentuk karena terjadi komunikasi secara intens di dunia maya dibandingkan dengan di dunia nyata (Wijaya, 2019, p. 263).

Adanya fitur *chat room* di berbagai aplikasi jejaring sosial, menjadi sarana untuk berkomunikasi secara virtual dengan orang yang belum pernah bertemu bahkan tidak saling mengenal. Budaya virtual muncul karena adanya media baru dan terjadi proses komunikasi virtual didalamnya (Machmud, 2011, p. 62). Komunikasi virtual merupakan proses dimana penyampaian dan penerimaan pesan melalui ruang maya yang bersifat interaktif serta melibatkan jaringan internet di dalamnya.

Ada beberapa karakteristik budaya virtual yang diambil pada contoh simulasi komputer atau *second life* (Schuh, T, C. S., 2010, p. 43). Pertama, pengguna terlibat dalam interaksi manusia dengan komputer, mendapatkan pengalaman unik dari representasi tubuh langsung di dunia maya, yang kemudian menentukan karakter suatu budaya. Menggunakan organ indranya dan semacam memperluas mereka ke dalam ruang simulasi komputer. Kedua, Dalam kerangka simulasi komputer, manusia mendapatkan kemungkinan tidak hanya untuk mengambil bagian dalam penciptaan dunia khusus, tetapi juga untuk berpartisipasi di dunia ini sebagai karakter, yaitu setiap individu menjadi atribut suatu sistem. Ketiga kemungkinan untuk membuat yang asli dari gambar dan lingkungan virtualnya. Selain itu, pilihan bentuk yang bebas memberikan budaya *Second Life* dengan karakter pribadi yang menonjol. Terakhir, banyaknya transfer replikasi berupa gambar dari kehidupan nyata yang dapat menghapus batas antara dunia objektif dan simulasi, memungkinkan keberadaan virtual seseorang. Kemungkinan ini menekankan eksistensial perubahan lokasi dan peran subjek dalam budaya. Karakteristik yang disebutkan di atas adalah ciri khas dari budaya virtual simulasi komputer.

Kapasitas penyampaian komunikasi yang lebih kompleks memungkinkan hubungan timbal balik yang lebih banyak pula melalui komunikasi virtual. David menjelaskan dalam Triyantama dan Santoso (2019) kompleksitas tersebut tidak pernah tersedia dalam bentuk jaringan dari transmisi listrik sehingga keunikan dari timbal balik ini merupakan salah satu realisme intersubjektif, maka ada kecenderungan untuk menggabungkan *cyberspace* dengan budaya virtual.

Alhasil, ruang sosial yang yang dapat kita lihat di dunia nyata, dapat kita temukan pula di dunia virtual. Ruang-ruang sosial yang ada dalam dunia virtual merupakan simulasi sosial dari dunia nyata yang kemudian disebut dengan *cyberspace* (Machmud, 2011, p. 62).

Proses interaksi yang dilakukan melalui internet ini artinya ada sebuah proses interaksi berbasis komputer yang memiliki konsekuensi tertentu. Interaksi yang dilakukan karena teknologi internet kemudian membentuk sebuah realitas virtual. Realitas virtual terbentuk karena media yang digunakan adalah bersifat buatan. Pierre Levy menyatakan (dalam Lubis, 2017, p. 3) era informasi dari sebuah komputer tersebut melahirkan yang disebut dengan *cyberculture* atau budaya siber yang didalamnya teknologi dunia maya seperti forum atau *groupchat*. Levy menjelaskan budaya siber adalah budaya yang lahir karena interaksi masyarakat dua bentuk tipe realitas virtual. Pertama dunia virtual yang tertutup (*offline*), dan kedua realitas virtual yang terbuka (*online*), dimana semua orang dapat mengakses, saling berinteraksi dengan sangat cepat dan berpartisipasi juga didalamnya. Tim Jordan (2003) menjelaskan budaya siber di era informasi saat ini telah menyingkirkan budaya lama dan membentuk budaya dan konsep yang mengikutinya seperti *virtual community*, *virtual social*, *virtual*, *economics*, *virtual lives* dan lain sebagainya.

Cyberculture adalah budaya yang muncul dari penggunaan jaringan internet untuk saling berkomunikasi, mencari hiburan dan menjalankan bisnis. Budaya

siber atau *cyberculture* merupakan studi tentang fenomena sosial yang berhubungan dengan internet atau bentuk-bentuk lain dari komunikasi jaringan seperti komunitas virtual, *game online*, jejaring sosial, dan aplikasi-aplikasi *mobile internet* (Lestari, 2017, p. 5).

Salah satu komunitas yang ada di dunia maya adalah komunitas penggemar K-pop. Masyarakat yang terbentuk akibat fenomena maraknya penggemar K-pop ini, muncul beragam fandom grup K-pop baik dari *boygroup* maupun *girlgroup* memiliki fandomnya masing-masing. Mereka memanfaatkan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram sebagai sarana untuk mendapatkan informasi mengenai idolanya. Selain itu, mereka juga dapat berinteraksi dengan sesama penggemar dari fandom grup idolanya di media sosial.

Maraknya K-pop di media sosial membentuk suatu aktivitas baru salah satunya *roleplaying* di kalangan penggemar K-pop. *Roleplayer* K-pop berarti bermain peran dan pemeran yang dimainkan adalah publik figur dari Korea Selatan mulai dari artis idola group K-pop, aktris maupun aktor Korea. Kegiatan *roleplayer* K-pop adalah bermain peran seolah-olah mereka adalah idola asli dari karakter yang mereka mainkan. *Roleplayer* memang dituntut untuk mendalami karakter yang mereka mainkan salah satunya mengikuti rangkaian kegiatan sehari-hari karakter idola aslinya.

1.5.3 Komunitas Virtual

Komunitas pada umumnya dibentuk oleh sekelompok orang yang memiliki minat, profesi dan latar belakang yang sama (Alyusi, 2016). Dalam komunitas antar anggota dapat saling berbagi informasi penting. Dengan adanya kemajuan teknologi, internet dapat membuat seseorang bebas berinteraksi dari seluruh belahan dunia tanpa dibatasi ruang dan waktu dan tanpa harus berkumpul di suatu tempat secara fisik. Komunitas *online* sangat berbeda dengan komunitas di dunia

fisik. Komunitas yang tercipta oleh jaringan internet dikenal dengan istilah komunitas virtual (*virtual community*).

Dari pengertian yang diberikan Rheingold (1993), menunjukkan bahwa komunitas virtual adalah sekelompok orang yang bisa melakukan banyak kegiatan antar anggota kelompok hanya melalui kata-kata dan jaringan komputer. Konsep virtual tersebut ada dikarenakan adanya *bandwidth* sebagai penanda seseorang telah terkoneksi oleh dunia virtual (R. Muhammad, 2017). Komunitas terjadi dalam dua kehidupan yaitu komunitas dalam kehidupan nyata dan komunitas dunia maya (*cybercommunity*) (R. Muhammad, 2017). Bahkan hal ini menjadikan manusia lebih tertarik untuk berinteraksi di dunia maya dibandingkan dengan kehidupan nyata. Dengan keberadaan komunitas virtual kemudian melahirkan cara komunikasi yang tidak terikat oleh adanya ruang dan waktu sehingga mampu mempererat tali solidaritas antar anggota nya karena sering berkomunikasi.

Menurut Castell (1996) menyatakan bahwa era revolusi informasi ditandai oleh munculnya perkembangan teknologi informasi yang disebut dengan kebudayaan virtual riil (Alyusi, 2016). Kebudayaan virtual riil adalah satu sistem sosial-budaya dimana realitas itu sendiri sepenuhnya tercakup dalam sebuah aturan citra dunia maya. Salah satu contoh nyata yang ada dalam kebudayaan virtual yakni komunitas virtual. Suatu komunitas yang dulunya hanya dapat dilakukan dengan tatap muka, saat ini komunitas tersebut bergeser menjadi komunitas virtual. Konsep *mobile privatization* yang didefinisikan oleh Raymond Williams (1983) semakin kecil unit keluarga yang terprivat, orang akan semakin hidup pada level sosial yang tinggi dimana media tersebut memberikan kita kebebasan (Holmes, 2012, p. 191). Salah satu media komunikasi di dunia maya ada *chat room* di media sosial melalui perantara *handphone*.

Bagozzi dan Dholakia (2002) menjelaskan komunitas *online* sebagai ruang sosial yang dimediasi komputer dengan tindakan yang disengaja, di mana konten yang ada dalam komunitas itu dibuat oleh anggota-anggota nya melalui proses

komunikasi yang terus berkelanjutan. Dalam komunitas *online*, orang-orang yang memiliki minat yang sama berkumpul secara virtual. Untuk membuat komunitas *online* dapat bertahan, penting bagi setiap komunitas untuk mempertahankan jumlah anggota yang memadai. Pembangun komunitas perlu menyediakan produk yang bermanfaat untuk mempertahankan anggota komunitas yang ada dan menarik calon anggota baru. Menurut Jan A.G.M. dalam Alyusi (2016) ada karakteristik yang muncul dalam komunitas virtual yaitu *loose affiliation*, aktivitas, organisasi sosial, bahasa dan interaksi serta budaya dan identitas.

1. *Loose affiliation*

Komunitas virtual memberikan kebebasan terhadap setiap individu jika kita ingin bergabung ke dalam komunitas tersebut. Dalam komunitas virtual setiap anggota memiliki hubungan namun dalam hubungan tersebut terjalin tidak begitu kompleks sehingga membuat tiap individu bebas untuk pergi dan beranjak dari komunitas tersebut karena tidak memiliki hubungan yang erat.

2. *Aktivitas*

Dalam komunitas virtual terkumpul orang-orang yang memiliki ketertarikan, kesamaan minat, dan hobi yang sama dengan anggota komunitasnya. Aktivitas-aktivitas yang terjadi dalam komunitas virtual misalnya mendiskusikan, bertukar pikiran, bermain, dan saling bertukar informasi layaknya dengan aktivitas komunitas *offline* tetapi yang membedakan adalah mereka saling berinteraksi melalui media internet dan media sosial yang tersedia.

3. *Organisasi Sosial*

Interaksi sosial para pengguna di dunia maya pada kenyataannya disadari maupun tidak telah membentuk komunitas virtual. Pada umumnya, suatu komunitas memiliki struktur organisasi yang jelas seperti ketua, wakil dan anggota. Menurut Sproull dan Kiesler (1986) menjelaskan bahwa peran pemimpin dalam organisasi adalah membentuk struktur, membuat kebijakan

dan peraturan dalam komunitas *online*, memfilter pesan yang tidak sesuai dengan peraturan dan mengelola daftar keanggotaan.

4. *Bahasa dan Interaksi*

Dalam komunitas virtual tentu memiliki perbedaan dengan komunitas yang ada di dunia nyata. Salah satunya dalam hal berekspresi. Di dunia nyata setiap individu bisa dengan bebas berekspresi melalui mimik wajah, gerakan tubuh, perkataan secara verbal karena mereka bertemu secara fisik. Namun, berbeda dengan komunitas virtual yang menimbulkan pesan nonverbal melalui simbol berbasis teks untuk mewakili emosi dan menggambarkan ekspresi. Simbol-simbol ini salah satunya adalah *emoticon*. *Emoticon* berfungsi sebagai gambaran ekspresi seseorang dalam berkomunikasi di dunia virtual.

5. *Budaya dan Identitas*

Anggota dalam komunitas virtual memiliki banyak karakteristik yaitu terdiri dari beberapa lapisan kehidupan dan aktivitas. Dalam hal ini lalu menciptakan adanya suatu budaya baru. Budaya ini menghasilkan sebuah keseragaman yang hanya diketahui oleh anggota dari komunitas tersebut. Cara baru dari ekspresi dan pola interaksi yang muncul sehingga menciptakan budaya virtual dan identitas yang muncul karena budaya yang telah ada. Satu kemungkinan yang ditawarkan dalam komunitas virtual adalah mudah untuk bereksperimen dengan identitas atau permainan identitas, bahkan dengan menggunakan beberapa identitas.

1.5.4 Roleplay

Istilah *roleplay* menurut Yardley dalam bukunya berjudul *Roleplay Theory and Practice* adalah aktivitas yang melibatkan seorang partisipan untuk memainkan sebuah peran dan seolah-olah menjadi karakter tersebut. Ada suatu fenomena *Identity Roleplay* yang dikemukakan oleh Paul Booth (dalam Rahayu, 2014, p. 2)

yaitu suatu fenomena penggemar yang bersikap dan berakting seolah-olah dirinya adanya identitas dari idolanya. *Identity Roleplay* merujuk pada dua hal yaitu penggemar yang bersikap dan beranggapan bahwa dirinya lah karakter yang mereka perankan dan penggemar yang hanya bermain dengan karakteristik yang mendefinisikan suatu karakter yang mereka perankan. *Roleplay* sendiri diadaptasi dari budaya penggemar yang kemudian berkembang luas dengan berbagai gaya dan dimainkan melalui media sosial. Ada beberapa jenis *roleplay* antara lain adalah IC (*In Character*), OC (*Original Character*), OOC (*Out of Character*), AU (*Alternative Universe*) dan *Mun/Mundane* (Jurnal Roleplay, 2020).

IC (*In Character*) adalah *roleplayer* memerankan karakter sesuai dengan sifat dan *personality* tokoh yang dimainkan, tidak banyak membahas tentang kehidupan nyata dirinya dan benar-benar menjiwai karakter tokoh idolanya. OC (*Original Character*) adalah pemain *roleplay* tetap menggunakan wajah idolanya seperti memasang foto untuk profil tetapi mereka membuat karakternya sendiri. OOC (*Out of Character*) adalah karakter yang dimainkan oleh *roleplayer* menyimpang atau keluar dari karakter aslinya dan seringkali membicarakan tentang kehidupan nyata mereka sendiri. AU (*Alternative Universe*) adalah *roleplayer* menggunakan wajah dari tokoh dunia nyata tetapi karakter dan latar belakang karakter tersebut berbeda dengan karakter aslinya. Sedangkan *Mun/Mundane* adalah istilah untuk orang yang memainkan akun *roleplayer*. *Mundane* yang dimaksud adalah *real life* dari pemilik akun. Pemain *roleplay mundane* berarti sudah memiliki relasi di kehidupan nyata.

Ada beberapa jenis-jenis *roleplaying* menurut Hitchen dan Drachen (dalam Putri, 2017, p. 18) yaitu:

1. *Table-top Roleplaying Games*

Roleplaying ini dimana pemain mendeskripsikan tindakan karakter melalui perkataan/pidato. Permainan ini mensyaratkan pemainnya duduk mengeAksagi meja dan akan ada satu orang yang menjadi moderator dan bertugas menghidupkan jalannya permainan. Para pemain akan menjelaskan aksi mereka

sesuai dengan peran yang didapatkan selama permainan berlangsung. Contoh: *mafia game*.

2. *Live-Action Roleplaying*

Para pemain dari *roleplaying* ini akan memainkan peran secara langsung sebagai karakter tertentu secara nyata. Para pemain akan menjadi karakter yang ada secara fiksi dan diperankan di dunia nyata. Contoh: *cosplay costume*.

3. *Shared Author Fiction*

Permainan ini adalah permainan jenis naratif yang akan membuat para pemainnya bebas memutuskan apa yang akan terjadi selanjutnya. Satu orang bisa memainkan satu atau bahkan lebih karakter dan mengembangkan sendiri cerita yang akan dibuat.

4. *Computer Roleplaying Games*

Permainan ini pemain mengontrol tindakan karakter yang ada di dalam dunia yang sudah terbentuk dengan sedemikian rupa. Pemain mengontrol karakter *game* atau beberapa karakter *game* dan ada alur yang harus diikuti untuk meraih kemenangan dengan memecahkan suatu misi atau teka-teki. Karakter tumbuh dan biasanya dirancang oleh pemainnya. Contoh: *video game roleplaying*.

Komunitas *roleplayer* K-pop termasuk ke dalam bentuk permainan *roleplay Shared Author Fiction*. *Roleplay* K-pop biasanya akan membuat *plot* (alur cerita) yang nantinya akan dimainkan dengan sesama *roleplayer* lainnya. *Plot* dalam *roleplay* adalah alur hidup sebuah karakter. *Roleplayer* akan menentukan alur cerita mereka masing-masing dan jika tanpa adanya *plot* sebuah karakter tidak akan bisa berjalan.

1.5.5 Etnografi Virtual

Bate (1997) menjelaskan dalam (Achmad dan Ida. 2018. p. 141) etnografi adalah penelitian yang melibatkan seorang peneliti atau disebut etnografer untuk berpartisipasi langsung sebagai pengamat untuk mengamati hal apa saja yang terjadi di kehidupan sehari-hari masyarakat yang diteliti. Kata etnografi berasal dari *ethos* artinya suka bangsa dan *graphos* yang berarti sesuatu yang ditulis. Pada

awalnya etnografi merupakan penelitian milik cabang ilmu antropologi, kemudian dalam bidang ilmu komunikasi metode ini digunakan untuk berusaha mengenal pola-pola kebiasaan suatu kelompok tertentu.

Di era digital ini, teknologi telah berkembang dan telah menghasilkan sumber data baru dari penelitian kualitatif. Etnografi virtual merupakan metode yang melihat budaya yang terjadi dalam dunia virtual. Peneliti melihat internet dan ruang digital lainnya sebagai alat pengumpulan data (Hine, 2000). Hine (2000) juga menjelaskan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk meneliti internet serta melakukan eksplorasi representasi media massa yang membentuk internet sebagai suatu budaya. Etnografi virtual meneliti terhadap *users* ketika menggunakan internet tersebut serta dapat merepresentasikan implikasi dari komunitas yang termediasi oleh internet. Etnografi virtual melibatkan pengamatan secara observasi partisipatif yaitu selain menjadi peneliti, peneliti juga turut serta menjadi bagian dari kehidupan subjek yang diteliti.

1.5.5.1 Prinsip-prinsip Etnografi Virtual

Dalam proses riset etnografi virtual, ada beberapa prinsip yang perlu ditekankan saat melakukan penelitian. Etnografi virtual terkait dengan konsepsi awal bahwa internet merupakan lapangan baru dan entitas yang berada di dalamnya sama sekali berbeda dengan realitas yang ada di kehidupan nyata (*offline*). Pengumpulan data dilakukan secara *online*, posisi peneliti dengan subjek peneliti tidak dalam kondisi tatap muka, mungkin juga tidak saling kenal. Keaslian identitas dan data yang disampaikan subjek penelitian bisa saja tidak disampaikan tidak sesuai dengan kebenarannya. Persoalan ini menjadi catatan peneliti untuk meneliti media berbasis virtual. Christine Hine (2001) menyampaikan beberapa prinsip, yaitu:

1. Peneliti harus memahami persoalan yang ada di lapangan atau lokasi penelitian. Di internet interaksi selalu terjadi setiap saat, keberadaan peneliti secara fisik tidak sama dengan penelitian etnografi saat *offline*.

2. Peneliti juga harus memahami sekaligus mampu mempraktikkan bagaimana komunikasi itu terjadi di internet. Internet sangatlah beragam, maka dari itu peneliti juga harus memahami konteks berdasarkan situasi dan proses teknologi itu terjadi.
3. Dalam etnografi virtual peneliti hendaknya memikirkan bagaimana proses interaksi antar pengguna di medium melalui internet.
4. Memahami lokasi dan hubungan antarpengguna. Internet merupakan tempat yang interaktif sehingga penelitian dengan etnografi virtual harus melepaskan dari pemahaman umum terhadap lokasi dan batas-batas fisik dan memfokuskan pada arus serta koneksitas antarpengguna.
5. Etnografi virtual juga memberikan batasan. Etnografer tetap memerlukan lapangan penelitian karena disana artefak budaya ada dan muncul. Proses interaksi di antara pengguna secara langsung maupun tidak akan menempatkan lokasi sebagai bagian dari terbentuknya artefak.
6. Etnografi virtual merupakan situasi sementara. Kehidupan pengguna internet tidak terjadi dalam sehari penuh dan hanya di jam tertentu mereka aktif berada di internet.
7. Melakukan penelitian di internet pada prinsipnya menggambarkan budaya secara tidak utuh. Sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk menghasilkan sebuah hasil penelitian dengan etnografi virtual untuk memetakan secara utuh tentang sebuah budaya karena lokasinya pula yang berada di internet.
8. Keterlibatan penuh dalam interaksi termediasi menjadi prinsip yang penting. Pada konteks ini peneliti harus memahami perangkat yang digunakan oleh pengguna dalam berinteraksi di komunitas virtual (Charter; Gatson & Zweerink, 2011 dalam Nasrullah, 2014). Dalam etnografi virtual, pada kondisi tertentu peneliti bisa menjadi

informan. Artinya, pengalaman peneliti itu sendiri dan penggunaan perangkat atau media dalam berinteraksi bisa menjadi sumber.

9. Peneliti maupun subjek penelitian harus saling berinteraksi satu sama lain. Etnografi virtual dijelaskan sebagai berada, dari dan dalam dunia maya.
10. Prinsip virtualitas oleh Tim Jordan yaitu *identity fluidity, renovated hierarchies* dan *informational space*.

1.5.6 Korean Wave

Budaya pop sedang populer di dunia saat ini. Salah satu negara yang mempopulerkan budaya pop saat ini adalah Korea Selatan (Ida Ri'aeni, 2019, p. 3). Budaya Korea berkembang begitu pesat dan meluas serta mudah diterima oleh publik dan menghasilkan fenomena bernama demam *Korean Wave* (Simbar, 2016, p. 2). Produk dari *Korean Wave* antara lain drama korea, musik, film, acara televisi dan *fashion*. K-pop atau Korean Pop adalah jenis musik populer berasal dari Korea Selatan. Banyak musisi serta aktor dan aktris dari Korea Selatan yang telah menembus di berbagai mancanegara dan menarik perhatian dari berbagai kalangan. Mengutip dari Simbar, K-pop pertama kali muncul pada tahun 1960-an akibat masuknya musik pop Jepang yang menjadi pengaruh awal mula hadirnya musik K-pop di Korea Selatan (Simbar, 2016, p. 3).

Di Indonesia, berkembang nya *Korean Pop Culture* diawali dengan adanya serial drama Korea di salah satu televisi swasta. Serial drama Korea memiliki alur cerita yang bagus, episode yang sedikit, dengan penampilan aktor dan aktris yang memukau dan berbakat menjadi awal pembuka masuknya *Korean Pop Culture* lainnya. (Ida, Ri'aeni, 2019, p. 9). Musik K-pop merupakan produk dari *Korean Wave* atau *Hallyu* dalam bahasa Korea dari segi bidang musik. Daya tarik terbesar dari musik ini adalah lagu-lagunya yang *easy listening*, para artisnya dan efek panggung.

Sejarah lahirnya K-pop dipicu oleh kemunculan *boygroup* bernama Seo Taiji and Boys di tahun 1992. Debutnya *boygroup* ini mampu memberikan kontribusi yang besar ke dunia musik di Korea dengan menggabungkan tiga genre musik yaitu *rap*, *rock* dan *techno America* (Kusnario, R., 2020). Grup Seo Taiji and Boys dianggap menjadi *trendsetter* dari kemunculan grup K-pop lainnya. Musik K-pop identik dengan *boyband/girlband* maupun solois. *Boyband* adalah grup musik yang seluruhnya anggotanya beranggotakan laki-laki. Sedangkan, *girlband* adalah grup musik yang seluruh anggotanya adalah perempuan. Sebelum melakukan debut, mereka dilatih dan dipersiapkan dari segi vokal, menari dan *rap* dengan jangka waktu yang sangat lama dan bisa sampai bertahun-tahun lamanya. Tidak hanya kemampuan musiknya, *trainee* K-pop juga dipersiapkan sedemikian rupa dari segi penampilan yang harus cantik, tampan dengan tubuh yang indah. Persiapan yang sangat matang ini barulah mereka bisa debut sebagai *boyband* dan *girlband* dan menjadi idola K-pop.

1.5.7 Konsumsi Budaya K-pop di Indonesia

Definisi budaya dalam KBBI adalah adat istiadat, sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang. Konsumsi adalah sebuah perilaku yang aktif dan kolektif. Budaya konsumsi adalah suatu hal yang dapat diartikan sebagai budaya-budaya yang dilakukan oleh konsumen seperti menggunakan *image*, benda simbolik dan tanda guna untuk menyenangkan diri sendiri. Budaya konsumsi memiliki dua nilai. Pertama, sebagai wujud pemuasan kebutuhan identitas dan makna. Lalu kedua, sebagai fungsi sosial dan ekonomis (Simbar, 2016, p.7)

Di Indonesia, awal mulai berkembangnya K-pop dimulai dari kemunculan serial drama Korea yaitu *Endless Love* dan *Winter Sonata* pada tahun 2002 (Simbar, 2016, p.13). Maraknya pemutaran film dan drama Korea di televisi bisa ditemui dari banyaknya penjualan di toko kaset dan vcd. Dalam hal ini, film-film Korea telah mendapatkan lisensi melalui distributor resminya. Hal ini menandakan bahwa film Korea telah sukses dan mampu menjajari film Hollywood yang

dipasarkan di Indonesia. Sebagian masyarakat Indonesia sudah terpengaruhi oleh *Korean Wave* karena kesuksesan dari film dan drama Korea. Dari fenomena tersebut, pemerintah Korea Selatan mengharapkan *Korean Music* dapat menjadi kesuksesan yang sama seperti sebelumnya (Simbar, 2016, pp. 13-14).

Popularitas K-pop saat ini mampu meraih hingga ke berbagai penjuru dunia dengan memperkenalkan *boygroup* dan *girlgroup* mereka. Pengaruh budaya Korea dalam kehidupan masyarakat Indonesia meliputi dari berbagai aspek dari musik, drama hingga gaya berpakaian, gaya rambut bahkan gaya hidup. Di Indonesia sendiri bisa dilihat dari banyaknya *fanbase-fanbase* K-pop *Idol* baik yang terbentuk di platform dunia maya maupun di dunia nyata serta banyaknya terbentuk komunitas virtual pecinta Korea di Indonesia (Simbar, 2016, p.14). Simbar berpendapat hal ini disebabkan karena pola konsumsi media internet di Indonesia adalah sebagian besar dari remaja sehingga *Korean Wave* ini bisa tersebar dengan begitu cepat dan pada akhirnya mulai banyak bermunculan komunitas virtual yang anggotanya berasal dari seluruh penjuru kota di Indonesia. Tak hanya itu, maraknya fenomena *Korean Wave* menyebabkan penggemar K-pop memburu segala sesuatu yang identik dengan idola K-pop nya seperti membeli *merchandise*, *album*, *lightstick*, hingga mempelajari bahasa Korea.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Fokus dan Batasan Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat sebagai pembatasan susunan permasalahan yang dijelaskan dalam topik penelitian, sehingga kedepannya agar penulis tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan dan membantu penulis menganalisis data sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat budaya virtual *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter.

Penelitian ini dibatasi pada media sosial Twitter dengan mengambil data primer dari akun *roleplay* dengan username @baekhourhyxn yang dibuat oleh

peneliti. Pembahasan dalam penelitian ini juga dibatasi yaitu menganalisis budaya virtual roleplay K-pop di Twitter. Twitter merupakan media sosial yang sangat dinamis, informasi tersebar sangat cepat dan meluas. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan observasi bagaimana roleplayer K-pop mengartikulasi identitasnya di Twitter dengan melakukan wawancara mendalam kepada 4 narasumber. Selain itu peneliti juga melakukan observasi terkait interaksi, komunikasi, dan aktivitas apa saja yang biasa dilakukan *roleplayer* K-pop diambil dari isi *tweet* akun-akun *roleplay* K-pop di *timeline*, akun *autobase*, serta dari media (gambar, video, GIF). Peneliti juga berfokus pada penerapan langkah-langkah metode etnografi virtual sehingga berjalan sesuai prosedur yang ada.

Adapun penelitian ini dilakukan pada periode Januari 2022 hingga Juni 2022. sehingga data yang didapat merupakan data yang berasal dari periode tersebut.

1.6.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) dalam menelaah masalah penelitiannya dengan berusaha menafsirkan makna, konteks, dan suatu pendekatan holistik terhadap suatu fenomena (Mulyana, 2007). Menurut Bogdan dan Bilken dalam Sugiyono karakteristik data dalam penelitian kualitatif berbentuk kata-kata dan tidak menekankan pada angka-angka statistik (Sugiyono. 2012, p.13). Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada objek penelitian dimana terdapat suatu fenomena, peneliti menjadi instrumen kunci dalam penelitian, kemudian data hasil dari penelitian diuraikan dan peneliti akan menuliskan hasilnya dalam bentuk kata-kata.

Menurut Nazir (1988) penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, peristiwa, objek dan kondisi tertentu. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan

akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menggambarkan suatu fenomena yaitu budaya virtual yang dilakukan oleh komunitas *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter.

1.6.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah akun-akun *roleplayer* K-pop di Twitter. Peneliti melakukan observasi seperti bentuk pesan, aktivitas-aktivitas rutin yang dilakukan oleh *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter.

1.6.4 Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah isi pesan (*tweet*) dari para pemain *roleplayer* di media sosial Twitter dan hasil wawancara narasumber. Peneliti mengambil unit analisis pada isi pesan berupa interaksi, aktivitas, bahasa yang digunakan oleh pemain *roleplayer* untuk melihat bagaimana budaya virtual yang ada di *roleplayer* tersebut.

1.6.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode etnografi virtual. Penelitian ini ingin mengetahui budaya virtual yang terbentuk dari interaksi komunitas *roleplayer* K-pop di media sosial Twitter. Budaya komunikasi tersebut terdiri atas interaksi antar anggota, kegiatan-kegiatan yang dilakukan di media sosial, dan isi pesan-pesan dari *roleplayer* K-pop kepada *roleplayer* lainnya. Peneliti menganggap metode etnografi virtual diharap dapat membantu peneliti untuk mendeskripsikan budaya virtual dari komunitas *roleplayer* K-pop di Twitter. Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan peneliti akan melakukan eksplorasi terhadap pengguna ketika menggunakan internet (Hine, 2000). Etnografi virtual juga merepresentasikan implikasi-implikasi dari komunitas yang termediiasi oleh internet (Evelina, 2020). Metode entnografi virtual dilakukan untuk

menunjukkan betapa kayanya pola interaksi sosial yang terbentuk karena internet. Jorgen Skageby menjelaskan etnografi virtual merupakan metode yang digunakan untuk memahami peristiwa pada suatu komunitas virtual dan dilakukan secara kualitatif (Daniel, 2011). Dengan menggunakan observasi dan wawancara secara online. Istilah etnografi sendiri berkaitan erat dengan kebudayaan suatu masyarakat. Makna kebudayaan dalam konteks etnografi bisa dimaknai sebagai kumpulan pola-pola perilaku. Etnografi juga sering dikaitkan sebagai metode sebuah penelitian. Etnografis tidak sekadar mendeskripsikan pola-pola kebudayaan dari sebuah kelompok, tetapi juga memberikan interpretasi dan penafsiran (Creswell, 2007).

1.6.6 Lokasi Penelitian

Twitter akan menjadi lapangan penelitian di penelitian ini. Alasannya karena peneliti cukup familiar dengan komunitas *roleplayer* K-pop di platform tersebut dan mayoritas komunitas *roleplayer* ditemukan di jejaring sosial ini. Twitter adalah jejaring sosial berfokus pada tulisan melalui tweet yang dibatasi 280 kata.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam etnografi virtual ada beberapa metode yang bisa dilakukan untuk mengumpulkan berbagai data. Salah satunya dengan kuisioner dan wawancara secara tatap muka (Ida, 2018, p. 7). Namun, peneliti tidak memungkinkan untuk menyebar kuisioner secara tatap muka dengan alasan keterbatasan informan, maka pengumpulan data tatap muka dilakukan salah satunya dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Di penelitian ini, Twitter akan menjadi lapangan penelitian. Peneliti akan berpartisipasi secara langsung dengan pemain *roleplay* dan berinteraksi dengan mereka di platform Twitter. (Achmad dan Ida. 2018. p. 138) menjelaskan ada beberapa prosedur untuk melakukan etnografi virtual:

1. Identifikasi masyarakat secara proaktif

Dengan memperhatikan secara proaktif komunitas virtual yang sudah ada. Peneliti akan membuat akun Twitter yang nantinya akan digunakan untuk berinteraksi dengan komunitas *roleplayer* K-pop.

2. Melakukan negosiasi akses

Setelah melakukan observasi terhadap *roleplayer* K-pop, peneliti memasuki dunia *roleplayer* tersebut dengan mendapatkan izin dari anggota atau admin dari komunitas tersebut di media sosial Twitter. Peneliti telah mendapatkan akses dari informan yang juga bermain sekaligus menjadi admin *roleplayer* K-pop di Twitter.

3. Melakukan kontak

Peneliti wajib memperoleh pengalaman secara langsung dalam budaya daring dengan menggunakan observasi partisipan dimana berperan sebagai peneliti sekaligus partisipan. (Achmad dan Ida. 2018. p. 139).

4. Wawancara mendalam (*in depth interview*)

Wawancara adalah percakapan yang mencakup tanya jawab secara lisan terhadap narasumber dengan tujuan tertentu. Dalam etnografi virtual wawancara bisa dilakukan terstruktur dan semi terstruktur (Achmad dan Ida. 2018. p. 140). Peneliti akan melakukan *in depth interview* kepada informan secara tatap muka. Informan bergabung sebagai *roleplayer* K-pop di Twitter dengan rentang waktu yang cukup lama.

5. Mengembalikan Hasil dan Analisis Riset untuk Masyarakat

Hasil dan analisis riset yang ditemukan oleh peneliti akan dikembalikan kepada komunitas yang diteliti untuk mendapatkan *feedback* (Achmad dan Ida. 2018. p. 141).

1.6.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskripsi, analisis dan interpretasi data. Berikut adalah penjelasan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Creswell:

1. Deskripsi

Mendeskripsikan menjadi tahap pertama dalam menuliskan laporan. Hasil observasi etnografi virtual dituliskan dan digambarkan secara detail objek penelitiannya.

2. Analisis

Di tahap ini yaitu melakukan pengolahan data yang diperoleh dari observasi partisipan, wawancara mendalam kepada informan, maupun dokumentasi-dokumentasi dan merubah data tersebut menjadi teks yang sesuai untuk dianalisis. Peneliti juga menjelaskan pola-pola dari perilaku *roleplayer* K-pop di Twitter yang diamati dan mengevaluasi objek dengan nilai-nilai umum yang berlaku.

3. Interpretasi

Setelah data dianalisis, interpretasi menjadi tahap akhir dalam menganalisis data yaitu dengan mengambil kesimpulan secara keseluruhan dari hasil analisis penelitian.