

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Korean wave atau *Hallyu wave* kini banyak digemari oleh orang dewasa, remaja, bahkan anak-anak. *Korean wave* merupakan penyebaran budaya populer Korea Selatan melalui hiburan seperti drama, musik, hingga *style* yang tersebar secara global dan hiburan yang paling banyak penggemarnya adalah musik pop Korea yang biasa disebut dengan K-Pop. K-Pop memelopori fenomena ini disertai dengan kemajuan teknologi dan munculnya media sosial dan jaringan di akhir 2000-an. Saat ini kata *Hallyu* berarti segala sesuatu yang berbau Korea mulai dari drama, musik, film, hingga makanan, kosmetik, *game*, animasi dan lain – lain.

Gelombang Korea atau *Korean wave* masuk ke Indonesia sekitar tahun 2009 – 2010 melalui *boy/girl group* (K-Pop) dan serial drama (Anwar, 2018). Sebut saja Super Junior, Shinee, Bigbang, SNSD dan masih banyak grup generasi pertama penggebrak *Hallyu wave* di Indonesia yang populer pada saat itu. Para selebriti populer yang beraktivitas di bidang musik Korean Pop (K-Pop) disebut sebagai KPop idol. Para penggemar memiliki berbagai cara untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan penggemar lain dengan membentuk sebuah *fandom*.

Roleplay menjadi salah satu cara untuk menghubungkan penggemar dengan yang lainnya. *Roleplay* merupakan kegiatan bermain peran sebagai orang lain atau tokoh yang disukai dengan menggunakan identitas, kepribadian, bahkan sifat tokoh tersebut, dan orang yang melakukan *roleplay* disebut dengan *Roleplayer*. Kebanyakan orang bermain *Roleplay* ini menggunakan tokoh yang disukai seperti idol KPop yang tergabung dalam suatu grup, yaitu *boy group* atau *girl group*, baik yang sudah sangat terkenal maupun yang belum terkenal. Para *Roleplayer* akan berinteraksi layaknya sang idol dan ikut mempromosikan tokohnya kepada *Roleplayer* lainnya agar semakin banyak yang mengenali idol tersebut.

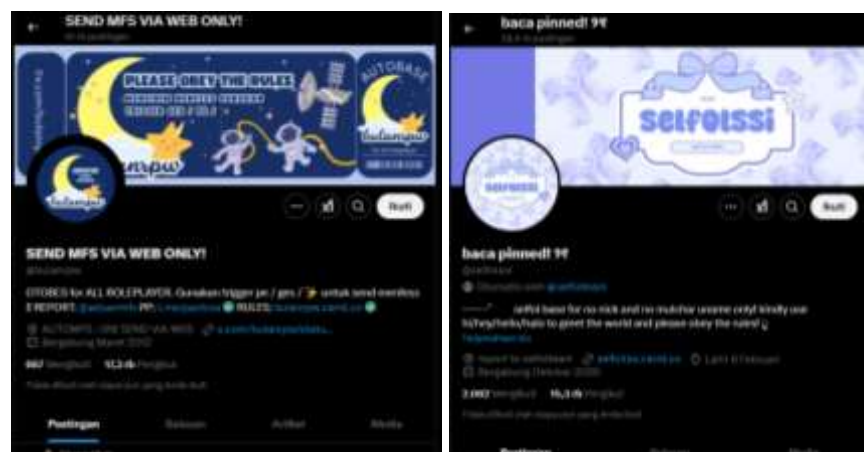
Roleplay seakan menciptakan realitas baru dalam dunia maya, para *Roleplayer* dapat mencari teman baru, berpacaran, memiliki keluarga bahkan sampai menikah. Namun hal tersebut semata – mata hanya terjadi di dunia *Roleplay*, padahal nyatanya pengguna tidak saling mengenal satu sama lain. Ini sesuai dengan konsep utama bermain *Roleplay*, yaitu tidak mengungkapkan identitas asli. Namun tidak dipungkiri pemain dapat saling mengungkapkan identitas asli mereka jika adanya kesepakatan kedua belah pihak setelah lama berinteraksi.

Roleplay sudah ada sekitar tahun 2008 ketika masih ada di era *Facebook* dan mulai dikenal sekitar tahun 2010 – 2012. Tak hanya bermain di media sosial *Facebook*, *Roleplay*-pun mulai dimainkan di media sosial lain seperti *Telegram*, *Instagram*, *LINE*, *WhatsApp*, bahkan *X*. *X* merupakan media jejaring sosial dan media microblog yang memungkinkan

penggunanya mengirim dan membaca pesan berbasis teks dan memungkinkan pengguna untuk bertemu orang baru yang bahkan tidak dikenal sebelumnya. Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams berhasil menciptakan X pada bulan Maret 2006 dan diluncurkan pada bulan Juli 2006.

X menjadi salah satu dari beragamnya aplikasi yang paling sering digunakan dalam bermain *Roleplay*. Tempat para *Roleplayer* mencari teman sesama *Roleplayer* di media sosial X biasanya disebut dengan akun *base*. Akun *base* merupakan wadah bagi komunitas untuk berdiskusi dan berbagi informasi tentang hal-hal yang mereka sukai. Dalam dunia *Roleplay* X, *autobase* seperti pusat perkumpulan untuk mencari, berinteraksi dan menemukan sesama *Roleplayer*.

Gambar 1. 1 Beberapa Akun Autobase Roleplay

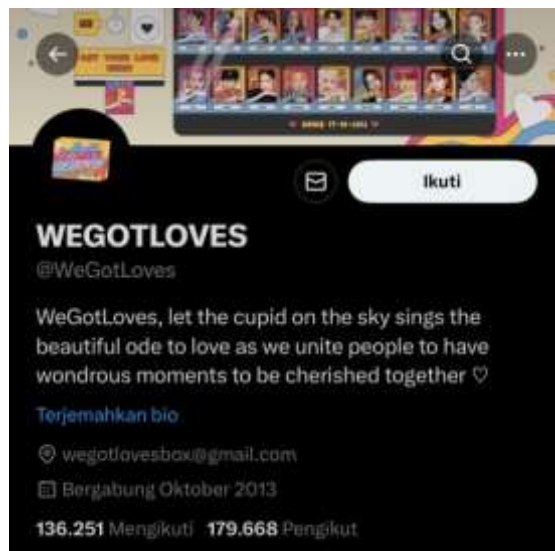


Sumber: Dokumentasi Peneliti

Hingga saat ini jumlah akun *Roleplayer* yang tergabung dalam *Roleplay World* (RPW) di Indonesia sebanyak 179.668 akun jika dilihat dari

followers salah satu akun *base* RPW Indonesia di media sosial X, yaitu @WeGotLoves. *Base* ini merupakan salah satu akun yang memiliki *followers* terbanyak, dimana mereka yang mengikuti *base* tersebut dapat berdiskusi atau mencari pasangan dengan idola yang mereka sukai. *Base* ini sudah ada sejak Oktober 2013 dan masih aktif hingga Juli 2024.

Gambar 1. 2 Akun Base WEGOTLOVES

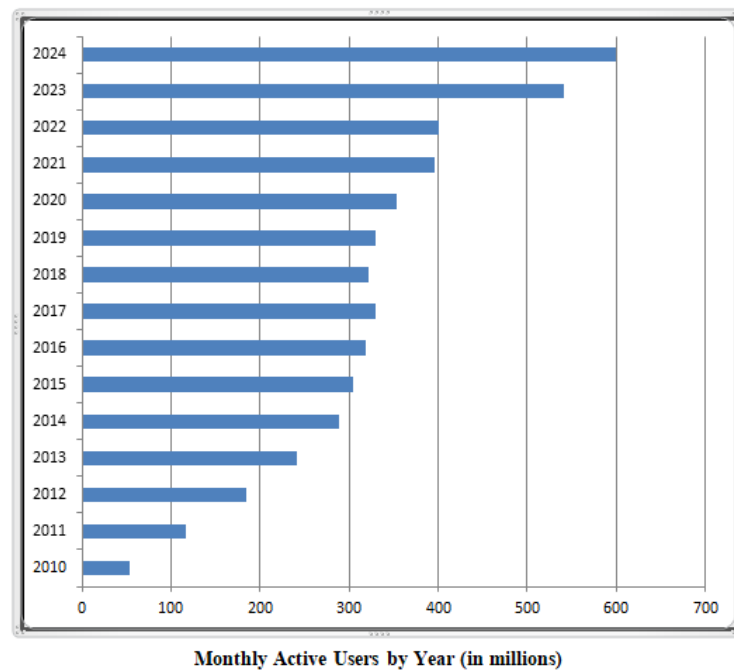


Sumber: Dokumentasi Peneliti

Jumlah pengguna tahunan X secara global telah mencapai 401 juta akun pada tahun 2022 dengan 368 juta akun yang aktif bulanan. Jumlah ini bertambah sebanyak 140,56 juta di tahun 2023 dengan jumlah akun 541,56 juta akun yang aktif setiap bulannya. Pada tanggal 23 Mei 2024, Elon Musk mencuit bahwa X kini memiliki 600 juta akun pengguna aktif bulanan dan 300 juta pengguna aktif harian. Ini merupakan peningkatan yang signifikan karena hanya dua bulan sebelumnya, platform X mengumumkan bahwa

mereka memiliki 550 juta pengguna aktif bulanan dan 250 juta pengguna aktif harian.

Gambar 1. 3 Akun Pengguna X Global dari Tahun 2010 - 2024



Sumber: Famewall

Media sosial X merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati masyarakat sebagai sarana hiburan, mengekspresikan diri, bahkan sebagai sarana berjualan. Tak hanya X, *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp*, *Facebook*, hingga *Telegram* merupakan beberapa media sosial yang banyak diminati. Penggunaan media sosial telah menjadi kebiasaan masyarakat saat ini sebagai media komunikasi.

Media sosial memberikan dampak yang besar kepada penggunanya. Dalam media sosial, mereka bisa mengekspresikan dirinya sendiri yang tak bisa diekspresikan di dunia nyata. Media sosial membantu mereka yang sulit

berkomunikasi secara langsung dengan cara mengirim pesan secara langsung (*Direct Message*) atau bergabung dengan sebuah grup chat (*Group Direct Message*), mengirimkan cuitan dan saling memberi komentar.

Adanya *Roleplay* di media sosial X ini membentuk sebuah fenomena *Korean Roleplay* dimana para *Roleplayer* memiliki motif, tindakan, dan makna yang berbeda-beda dalam memainkan *Roleplay*. Berdasarkan fenomena ini, penulis tertarik untuk meneliti penyebab mereka bermain *Roleplay* di media sosial X yang penulis tuangkan ke dalam sebuah penelitian dengan judul **“FENOMENA DUNIA VIRTUAL ROLEPLAYER DI MEDIA SOSIAL X”**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan dalam latar belakang tersebut, maka peneliti membuat fokus penelitian yaitu **FENOMENA DUNIA VIRTUAL ROLEPLAYER DI MEDIA SOSIAL X**.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apa motif idol Korean *Roleplayer* bermain *Roleplay* di media sosial X?

2. Bagaimana tindakan idol Korean *Roleplayer* dalam menggunakan media sosial X?
3. Bagaimana idol Korean *Roleplayer* memaknai *Roleplay* dalam media sosial X?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motif idol Korean *Roleplayer* bermain *Roleplay* dalam media sosial X.
2. Untuk mengetahui tindakan idol Korean *Roleplayer* dalam menggunakan media sosial X.
3. Untuk mengetahui makna *Roleplay* di media sosial X bagi para idol Korean *Roleplayer*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai rujukan informasi untuk memudahkan penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan teori Fenomenologi.

2. Manfaat praktis:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambahkan wawasan serta pengalaman bagi penelitian khususnya tentang fenomena dunia virtual *Roleplayer* di media sosial X dalam kajian studi Fenomenologi.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat mengenai gambaran pola komunikasi idol Korean *Roleplayer* di media sosial X.