

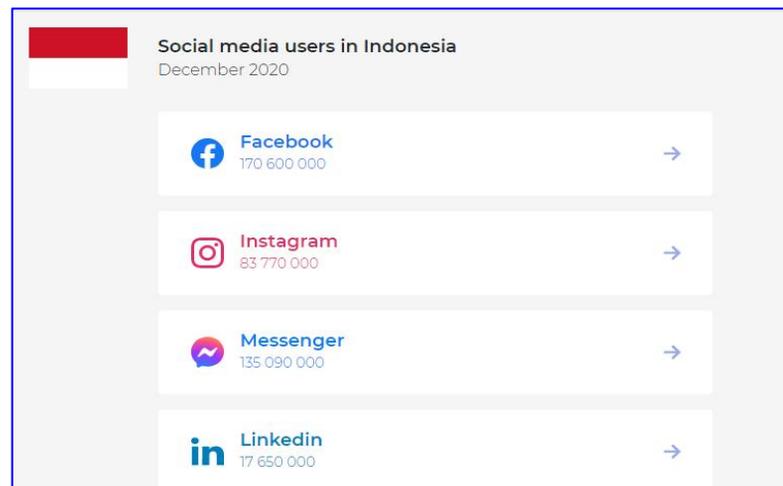
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media Sosial berperan besar dalam kehidupan masyarakat. Peran tersebut ialah mempermudah pengguna dalam memangkas kesenjangan jarak, biaya dan waktu dalam berbagi informasi, bersosialisasi serta bertukar pesan teks, audio maupun video dari belahan dunia manapun. Hanya dengan satu gadget dan sinyal internet pengguna bisa terkoneksi dengan berbagai macam situs dan aplikasi canggih seperti jejaring sosial facebook, media streaming youtube, personal messenger Whatsapp dan lain sebagainya. Aplikasi dan situs media sosial tersebut sangat membantu pengguna dalam berkomunikasi sehingga mereka bisa update mengenai berita terkini, berkumpul dengan komunitas satu hobi bahkan, menerima edukasi tanpa secara langsung betatap muka.

Tercatat dalam riset perusahaan media We Are Social X Hootsuite, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 175,4 Juta pengguna. Sedangkan, jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 160 juta pengguna dengan peningkatan +8,1% (12 Juta) antara April 2019 sampai Januari 2020. Dari riset tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa hampir seluruh pengguna internet di Indonesia telah aktif dalam bersosial media dan akan terus mengalami peningkatan sesuai dengan perkembangan zaman.



Gambar 1. 1 : Pengguna media sosial (desember 2020)

Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-Indonesia/2020/12>

Facebook adalah media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Dalam situs Napoleoncat.com yang merupakan situs manajemen media sosial dan analitik, Facebook menduduki peringkat pertama dengan 170,6 juta pengguna pada Desember 2020. Selain itu, posisi pertama Facebook juga tercantum pada situs <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/Indonesia> periode Juli 2020 - Juli 2021 dengan prosentase 70,34% dari pengguna media sosial di Indonesia. Prosentase Facebook tersebut telah mengalahkan jumlah pengguna Youtube (20,24%) dan Instagram (3,89%).

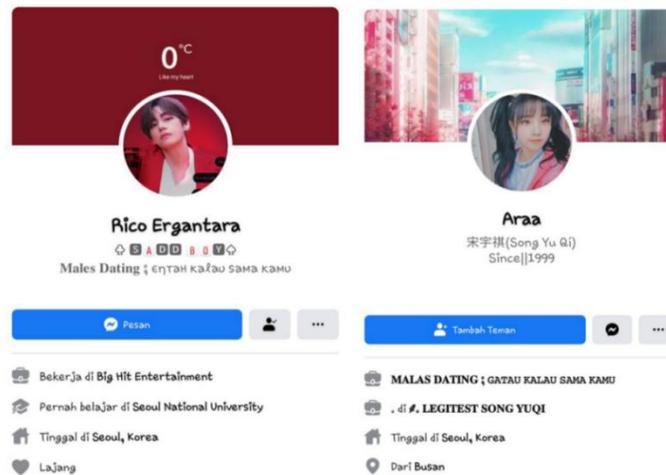
Keunggulan facebook ini tidak lepas dari tampilan webnya yang mudah dan sederhana serta fiturnya yang beragam, seperti : add friends, event, wall, timeline, marketplace, grup, games, streaming video, sticker, lowongan pekerjaan dan lainnya. Fitur tersebut selalu mengalami upgrade sesuai dengan kebutuhan pengguna dari waktu ke waktu. Selain itu, keunggulan lain yang dimiliki

facebook adalah kedekatannya. Dalam artikel tekno.kompas.com yang diterbitkan tahun 2011, selama dua tahun (2008 - 2010) facebook telah mengalami peningkatan pengguna sebanyak delapan ribu persen lebih (8223,2%). Bila September 2008 pengguna berjumlah 322 ribu maka, September 2010 pengguna menjadi 26,8 juta. Dengan lamanya waktu dan peningkatan pengguna dari 2008 hingga sekarang, facebook telah memiliki nilai kedekatan yang erat bagi kehidupan penggunanya.

Tidak sampai demikian, facebook sebagai media sosial yang melayani pengguna hingga 24 jam seakan menyuguhkan dunia baru yang disebut sebagai dunia maya atau dunia virtual. Pengguna bisa hidup dengan lingkungan dan masyarakat sosial yang dia inginkan di facebook. Mereka bisa memilih teman dari penjuru dunia manapun bahkan, mereka bisa menciptakan identitas baru yang berbeda dengan dunia nyata dan memerankan identitas tersebut sesuai dengan karakter dan sifat yang ia ciptakan.

Membahas mengenai identitas, Micheal Hecht dalam teori komunikasi tentang identitas menyatakan bahwa penghubung utama antara individu dengan masyarakat adalah identitas. Adanya dunia baru di media sosial berarti ada identitas baru yang terbentuk. Identitas tersebut berfungsi sebagai 'kode' yang ditunjukkan kepada lingkungan mereka (gusri, arif dan dewi 2020:92). Identitas menjadi sesuatu hal yang sangat penting. Akibatnya, individu harus mengonstruksi identitasnya agar bisa diterima secara sosial dan lingkungan. Berger dalam tesis-nya memperkenalkan konstruksi identitas yang

menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi. Identitas yang terbentuk tersebut diciptakan secara terus menerus dalam suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif (Berger & Luckmann, 1966:29).



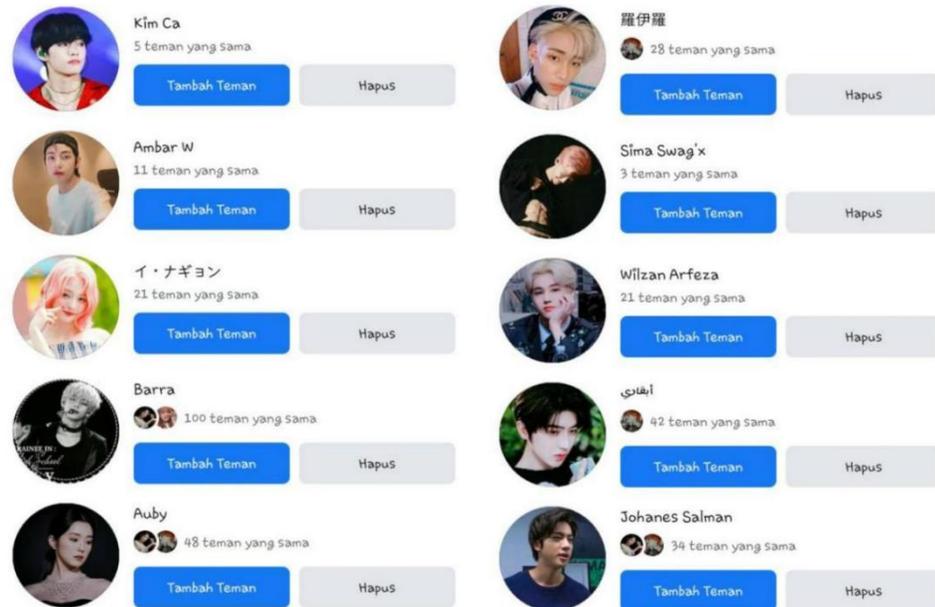
Gambar 1. 2 : Tampilan akun roleplayer dengan face claim tokoh idola K-pop

Dalam kasusnya, di facebook terdapat suatu permainan identitas yang mengharuskan pengguna mengonstruksi identitasnya menjadi orang lain dengan wajah orang tersebut sebagai foto profil atau face claim (wajah yang diklaim/dipakai sebagai miliknya). Permainan tersebut bernama roleplay (bermain peran) dan pengguna facebook yang bermain roleplay disebut roleplayer (pemain peran). Roleplayer bebas memainkan berbagai peran tokoh, baik tokoh khayalan maupun asli dan berkolaborasi untuk merajut sebuah cerita bersama roleplayer lainnya (Achsa dan Arif, 2015: 3). Tokoh yang diperankan roleplayer dapat berupa tokoh kartun, tokoh aktor perfilman, tokoh komedian, tokoh selebgram, tokoh idola k-pop dan tokoh lainnya yang merupakan ‘artis’ atau ‘idola’ yang memiliki banyak penggemar.



Gambar 1. 3 : Alur Roleplayer

Perkembangan dunia hiburan korea selatan ikut mempengaruhi selera roleplayer Indonesia dalam memilih face claim tokoh yang akan diperankan. Pada tahun 2019, BLIP sebagai organisasi penulisan swasta yang menganalisis fandom K-pop telah merilis riset ‘2019 Global K-pop Map’. Data dalam riset tersebut diambil dari pandangan media streaming youtube yang menayangkan musik video dari 76 idola K-pop selama periode 1 juli 2018 hingga 30 juni 2019. Hasilnya, terdapat 10 negara dengan jumlah penonton terbanyak di dunia dan Indonesia menempati peringkat ke-2 setelah Korea dengan persentase 9,9% atau sekitar 2,62 miliar penonton. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki banyak penggemar Korean pop atau yang kerap disebut sebagai Kpopers. Pada umumnya Kpopers yang bermain roleplay akan memilih idola K-pop yang mereka sukai sebagai face claim akun mereka. Selain itu, Roleplay sudah lama ada namun peminatnya meningkat pesat setelah banyak k-popers yang masuk ke dalamnya (Kumparan)



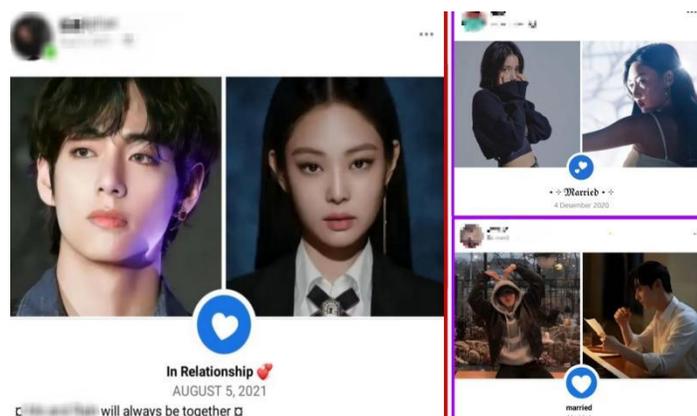
Gambar 1. 4 : Contoh akun roleplayer dengan face claim tokoh idola K-pop

Berdasarkan banyaknya penggemar K-pop yang berasal dari Indonesia tersebut, peneliti memfokuskan pertama kali objek penelitian pada roleplayer indonesia yang menggunakan idola k-pop sebagai face claim atau wajah tokoh idola K-pop yang digunakan pada akun roleplayer mereka. Roleplayer yang menggunakan face claim tokoh idola K-pop menggunakan foto tokoh tersebut untuk dijadikan foto profil, unggah foto maupun video di beranda akun dan mayoritas roleplayer hanya menggunakan 1 tokoh sebagai wajahnya (face claim). Keriteria objek penelitian ini masih menjadi keriteria awal dan akan lebih mengerucut lagi pada pembahasan selanjutnya, mengingat begitu banyaknya komunitas dan lingkup sosial roleplayer dengan face claim tokoh idola k-pop di indonesia.

Roleplayer seakan menciptakan realitas baru melalui dunia virtual. Mereka menciptakan keluarga virtual, menjalin hubungan romantis, memiliki keturunan,

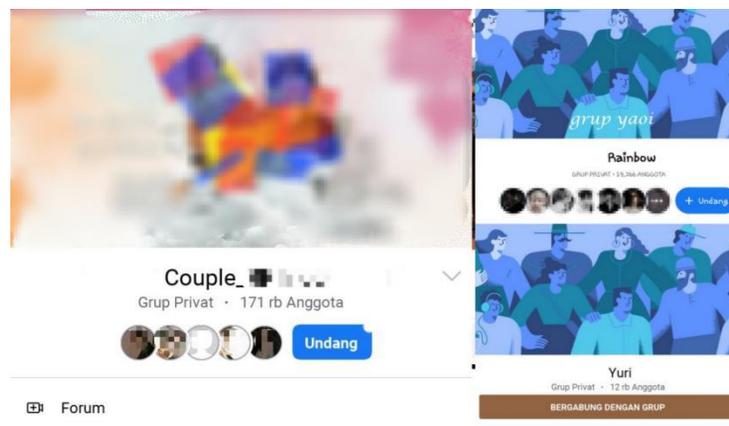
memiliki pekerjaan, membangun agency roleplay, menciptakan komunitas dengan konsep tertentu, membuat event, mendirikan sekolah roleplayer dsb. Semua itu mereka wujudkan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan facebook. Salah satu contohnya, menjalin hubungan romantis. Roleplayer yang saling tertarik satu sama lain dan memiliki kesepakatan sebagai pasangan akan menggunakan fitur ‘relationship with (nama pasangan)’ di bagian biodata akun. Sehingga, siapapun yang melihat akun facebooknya akan mengetahui bahwa roleplayer tersebut memiliki hubungan romantis dengan roleplayer lain.

Membahas mengenai hubungan romantis roleplay di Indonesia. Terdapat dua hubungan yang paling mencolok di roleplay Indonesia yakni hubungan heteroseksual dan homoseksual (sesama jenis). Hubungan heteroseksual merupakan hubungan yang paling umum yakni hubungan seksual/ketertarikan romantis antara perempuan dan laki-laki. Sehingga, roleplayer dengan tokoh perempuan menunjukkan kedekatan romantisnya dengan roleplayer laki-laki. Contohnya, Roleplayer dengan face claim Jennie Blackpink (perempuan) menunjukkan status menikah dengan Roleplayer tokoh V BTS (laki-laki).



Gambar 1. 5 : Roleplayer dengan orientasi heteroseksual (kiri) dan homoseksual (kanan)

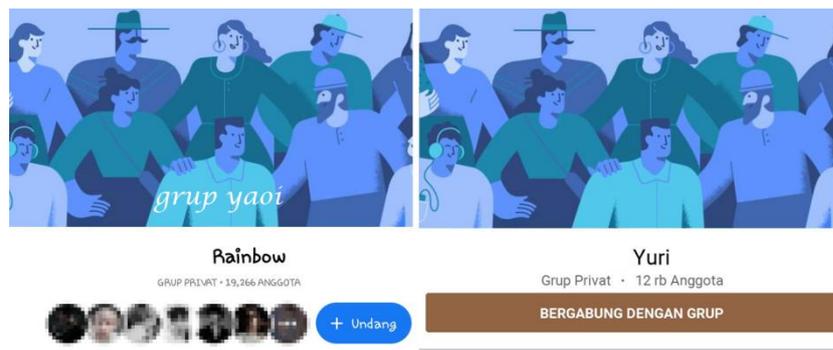
Sedangkan, homoseksual adalah hubungan seksual/ketertarikan romantis antara sesama jenis yakni perempuan dengan perempuan (lesbi/yuri) atau laki-laki dengan laki-laki (gay/yaoi). Contohnya, roleplayer dengan face claim tokoh perempuan A menunjukkan hubungan romantisnya dengan roleplayer face claim tokoh perempuan B. Meski sama-sama mencolok, namun hubungan heteroseksual masihlah mendominasi di roleplayer indonesia. Terbukti dengan adanya grup pencari jodoh roleplayer bertemakan heteroseksual yang memiliki anggota sebanyak 171 ribu (2021) sedangkan grup homoseksual (gay/yaoi dan lesbi/yuri) jika ditotal hanya memiliki 31 ribu anggota.



Gambar 1. 6 : Jumlah anggota grup roleplayer heteroseksual (kiri) dan grup homoseksual (kanan)

Hubungan homoseksual di roleplay dibagi menjadi dua yaitu yaoi dan yuri. Yaoi merupakan sebutan untuk hubungan boys love atau gay yang digunakan di mancanegara selain Jepang (McLelland dan Walker, 2015:5). Sedangkan, yuri merupakan kebalikan dari yaoi. Secara retorik, kata yuri menyiratkan lesbian dan secara luas mencakup perempuan yang tertarik secara seksual dengan perempuan lain (Nagaike, 2010). Kata yaoi dan yuri berasal dari subgenre komik jepang

yang khusus menceritakan hubungan homoseksualitas. Namun, masih belum diketahui alasan pasti mengenai penggunaan nama yaoi dan yuri sebagai sebutan gay dan lesbi di dunia roleplay.



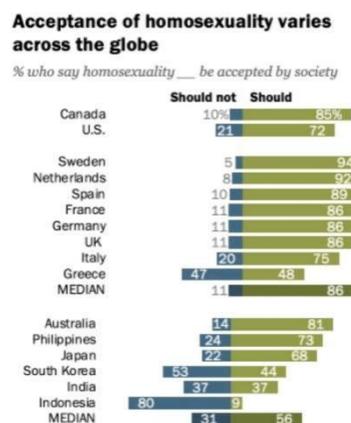
Gambar 1. 7 : grup yaoi dan yuri di roleplay

Di roleplay indonesia terdapat sebuah grup khusus untuk roleplayer yaoi (gay) dan roleplayer yuri (lesbi) yang menaungi berbagai roleplayer dari face claim tokoh apapun baik tokoh anime, tokoh artis china, korea, thailand maupun idola k-pop. Jumlah anggota yaoi pada grup tersebut ialah 19 ribu anggota (2021) sedangkan, roleplayer yuri hanya sekitar 12 ribu anggota (2021). Hal ini menunjukkan bahwa orientasi seksual yaoi/gay lebih banyak diminati daripada orientasi yuri/lesbi.

Selain itu, di facebook terdapat sebuah grup khusus roleplayer idol K-pop yang disebut Triangle. Grup tersebut berisi 670 anggota (2021) dengan 93% tokoh idola pria dan sisanya adalah perempuan. Uniknya, admin grup Triangle ini secara jelas mengizinkan anggotanya untuk memposting hal-hal berbau yaoi/yuri. Peraturan tersebut tercantum pada deskripsi grup yang tertulis “bebas yaoi/yuri, jika merasa terganggu silahkan out” , dengan adanya peraturan

tersebut artinya grup Triangle memiliki toleransi yang tinggi terhadap roleplayer yaoi/yuri untuk memiliki kebebasan dalam berekspresi dan menunjukkan diri. Padahal rata-rata grup campuran laki-laki dan perempuan sangat menentang hubungan ini, namun berbeda dengan grup facebook Triangle.

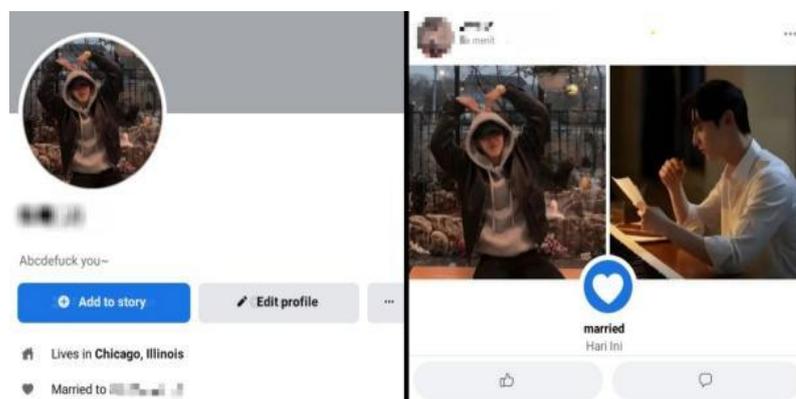
Dalam penelitian ini, peneliti sangat tertarik dengan adanya roleplayer yang berorientasi homoseksual khususnya pada yaoi/gay, meski roleplayer heteroseksual lebih banyak memiliki pengikut dan telah menjadi mayoritas di roleplayer indonesia. Hal ini dikarenakan : **Pertama**, peneliti sejak awal telah berfokus pada roleplayer yang menggunakan face claim idola K-pop karena maraknya budaya K-pop di Indonesia. Jika roleplayer tersebut memiliki orientasi homoseksual, hal tersebut menimbulkan sebuah pertentangan yang menarik untuk lebih didalami pada penelitian karena homoseksual di Indonesia dan di Korea masih menjadi hal tabu dan perdebatan. Selain itu, tokoh idola K-pop yang mereka gunakan sebagai face claim tidak secara jelas atau tidak pernah mempublikasikan dirinya sebagai homoseksual. Namun, di roleplay mereka menjadikannya homoseksual.



Gambar 1. 8 : Penerimaan homoseksual di berbagai negara (2020)

Kedua, peneliti mengerucutkan kembali kriteria homoseksual pada yaoi/gay karena jumlah anggota roleplayer pada grup yaoi lebih banyak daripada grup yuri/lesbi. Hal ini menunjukkan bahwa roleplayer dengan orientasi yaoi lebih banyak diminati dan diikuti. **Ketiga**, belum tentu kehidupan roleplayer di media sosial sama dengan kehidupannya di dunia nyata. Mereka telah melakukan begitu banyak proses kontruksi identitas hingga mampu mewujudkan perannya sebagai tokoh roleplay di media sosial, khususnya facebook. **Keempat**, grup facebook Triangle memiliki kriteria yang cocok sebagai lingkup penelitian yang lebih spesifik karena banyaknya grup-grup di facebook, namun hanya grup Triangle yang sesuai dengan objek penelitian.

Jadi, fokus penelitian pada bab ini adalah Kontruksi Identitas Roleplayer Yaoi Dengan Face Claim Tokoh Idola K-pop di Grup Facebook Triangle. Peneliti akan menggali lebih dalam bagaimana kontruksi identitas dari roleplayer yang berorientasi yaoi/gay namun menggunakan face claim (wajah) tokoh idola k-pop sebagai role (perannya) di grup facebook Triangle.



Gambar 1. 9 : Roleplayer yaoi dengan face claim idola K-pop

Peneliti akan menggunakan metode netnografi dalam mencari dan mengumpulkan informasi terkait roleplayer yaoi dalam grup tersebut. Metode ini memungkinkan peneliti untuk masuk menjadi bagian komunitas serta beradaptasi secara langsung dengan objek penelitian. Hasil penelitian akan dikumpulkan dari observasi partisipant, pengunduhan data grup, dan wawancara informan lalu menganalisisnya secara teori dan ilmu komunikasi hingga menjadi jawaban atas rumusan masalah mengenai konstruksi identitas virtual roleplayer yaoi di media sosial facebook.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada fenomena roleplayer yaoi Idola K-pop di media sosial facebook. Maka, rumusan masalah pada penelitian ini ialah : bagaimana konstruksi identitas roleplayer yaoi dengan face claim tokoh idola K-pop di grup facebook Triangle?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan sasaran yang ingin dicapai penulis dengan menjabarkan hasil penelitian mengenai fenomena konstruksi identitas virtual roleplayer yaoi dengan face claim tokoh idola K-pop di grup facebook Triangle. Dengan demikian, penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses dan cara konstruksi identitas virtual yaoi roleplayer di media sosial facebook yang menggunakan muse idola k-pop sebagai tokoh yang diperankan.
2. Untuk mempelajari kehidupan dan interaksi roleplayer yaoi di facebook secara ilmiah dan lebih mendalam.
3. Menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, pengenalan dan pengamatan mengenai kehidupan virtual di facebook yang melibatkan konstruksi identitas permainan peran gay/yaoi.
4. Untuk mengetahui pentingnya sebuah konstruksi identitas dalam penerimaan suatu kelompok sosial yang baru di facebook, khususnya dunia roleplay.
5. Mengetahui tujuan perempuan heteroseksual memerankan yaoi di media sosial.
6. Menunjukkan bahwa perkembangan teknologi membuat pengguna mampu menciptakan dunia dengan tema baru sebagai kehidupan kedua mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan berkaitan dengan manfaat yang diperoleh oleh penulis. Dengan demikian, kegunaan penelitian ini ialah :

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi maupun pedoman bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat tema yaoi roleplaying.

2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam dunia pembelajaran mengenai fenomena roleplay yaai dalam sudut pandang ilmu komunikasi.
3. Menambah pengetahuan pembaca dalam memahami, mengamati dan mengetahui kehidupan lain di dunia virtual yang merupakan efek dari perkembangan teknologi yang semakin pesat.
4. Memenuhi salah satu persyaratan kelulusan bagi mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur