

**Penggemar K-Pop sebagai *Digital Author* dalam Menulis *Fan Fiction* di
Twitter**

Rizka Ainul Mardiyanti¹, Ade Kusuma^{2*}

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
ichahood@gmail.com, ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The development of technology in this globalization era has led to the creation of digital fandom. Along with the presence of fandom, it is balanced with the development of forms of support from fans for their idols, one of which is fan fiction. The creation of fan fiction itself has various stages and processes, before finally being uploaded for readers to enjoy. Most writers in the fan fiction genre started as fans. This research uses a qualitative approach and descriptive research type. The determination of informants was carried out using purposive sampling technique. To assist the research, in-depth interviews were conducted by reviewing fan culture in fan studies. Documentation and in-depth interviews were supplemented with various literatures to strengthen the research. The results show that text production is the author's activity in creating fan fiction works. In producing the text, the author performs various stages starting from the visualization stage, creative process, writing process, and editing & posting process. The author's purpose in writing fan fiction is because the author has ideas related to boy band Seventeen that they want to pour in the form of fan fiction.

Keywords: Text production, fans, K-Pop, fan fiction

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi pada era globalisasi ini membuat terciptanya fandom digital. Seiring dengan kehadiran fandom, diimbangi dengan berkembangnya bentuk dukungan dari penggemar untuk idolanya, salah satunya *fan fiction*. Dalam pembuatan *fan fiction* sendiri memiliki berbagai tahap dan proses, sebelum akhirnya di unggah untuk dinikmati pembaca. Sebagian besar penulis dalam genre *fan fiction* memulai sebagai penggemar. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif. Penetapan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Dalam membantu penelitian, dilakukan wawancara (*in depth interview*) dengan meninjau budaya penggemar dalam studi penggemar (*fan studies*). Dokumentasi dan *in deep interview* ditambah dengan berbagai literatur untuk memperkuat penelitian. Hasil menunjukkan bahwa produksi teks merupakan kegiatan *author* dalam membuat karya *fan fiction*. Dalam memproduksi teks, *author* melakukan berbagai tahap mulai dari tahap visualisasi, proses kreatif, proses, proses menulis, dan proses *editing & posting*. Tujuan *author* dalam menulis *fan fiction*, karena *author* memiliki ide terkait *boyband* Seventeen yang ingin mereka tuangkan dalam bentuk *fan fiction*.

Kata kunci: Produksi teks, penggemar, K-Pop, *fan fiction*

PENDAHULUAN

Salah satu ciri dari globalisasi adalah perkembangan teknologi dan informasi yang menghadirkan adanya media sosial. Kaplan dan Haenlein menyebutkan media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang membuat konsumen dapat berbagi pendapat, sudut pandang, pemikiran dan pengalaman (Dewa & Safitri, 2021). Berkembangnya internet mempermudah masyarakat dalam membentuk suatu budaya baru yang mendunia dapat disebut sebagai budaya populer atau *populer culture*. Akibat penyebarluasan budaya populer melahirkan banyak komunitas salah satunya yang sampai saat ini memiliki banyak peminat adalah *Korean Pop* atau *K-Pop* (Azizah, 2014). Budaya Korea Selatan kontemporer, yang lebih dikenal dengan sebutan Hallyu, sudah menjadi bagian dari budaya populer global. Fenomena Hallyu di Indonesia dimulai pada awal tahun 2000 melalui serial drama Korea yang populer. Sementara pada tahun 2006, munculnya lagu-lagu yang dibawakan oleh *K-Pop Idol* generasi kedua juga menarik perhatian para remaja Indonesia (Wahyuningtyas & Kusuma, 2021).

Fandom adalah gabungan kata *fans* dan *kingdom*, yaitu suatu komunitas penggemar *idol* Korea yang memiliki komitmen untuk mengkonsumsi produk dengan terus menerus dan melibatkan perasaan (Rinata & Dewi, 2019). Berkembangnya teknologi pada era globalisasi ini membuat terciptanya fandom digital. Fandom digital secara radikal melipatgandakan kemungkinan dan peluang untuk penggemar dalam mengubah produktivitas pelafalan tekstual menjadi produktivitas tekstual (Duffet, 2013). Lamerichs dalam (Kusuma *et al.*, 2020) mengatakan studi penggemar menjadi tanda dalam analisis studi media baru dan budaya digital.

Studi penggemar melihat bahwa komunitas penggemar dapat menjelaskan bagaimana penggemar secara aktif mengembangkan identitas sosial-budaya mereka sendiri (Kusuma *et al.*, 2020). Seiring dengan kehadiran fandom ini juga diimbangi dengan berkembangnya berbagai macam bentuk dukungan dari penggemar untuk idolanya, salah satunya *fan fiction* (El Farabi, 2020). Sebagian besar penulis dalam genre *fan fiction* memulai sebagai penggemar. Kehadiran *fan fiction* merupakan bukti bahwa penggemar merupakan komunitas aktif yang tidak hanya mengkonsumsi media, namun juga dapat memproduksinya (El Farabi, 2020). Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana produksi teks yang dilakukan penggemar *K-Pop* sebagai *digital author* dalam menulis *fan fiction* di Twitter?”

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, untuk mengetahui produksi teks yang dilakukan penggemar *K-Pop* sebagai *digital author* dalam menulis *fan fiction* di Twitter. Penelitian kualitatif merupakan sarana untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu ataupun kelompok (Creswell, 2008). Kim, Sefcik dan Bradway dalam (Yuliani, 2018) menyatakan bahwa deskriptif kualitatif memiliki

fokus dalam menjawab pertanyaan penelitian terkait dengan pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana adanya suatu peristiwa terjadi, hingga dikaji secara mendalam untuk menemukan pola yang muncul pada peristiwa tersebut. Dalam membantu penelitian, akan dilakukan wawancara (*in depth interview*) dengan meninjau budaya penggemar dalam studi penggemar (*fan studies*). Dokumentasi dan *in deep interview* akan ditambah dengan kajian pustaka dengan berbagai literatur untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan.

Informan untuk penelitian ini dipilih dengan melakukan teknik *purposive sampling*. Sama halnya dengan penelitian ini, informan dipilih dengan kriteria, yaitu:

1. Seorang penggemar *boyband K-Pop* "Seventeen".
2. Memiliki karya *fan fiction* mengenai *boyband K-Pop* "Seventeen" di platform Twitter.

Pada analisis data peneliti menganalisis data yang telah didapat melalui wawancara terhadap objek penelitian, sehingga peneliti dapat mengetahui pokok permasalahan yang muncul dalam penelitian. Menurut Saklana, Johny, Matthews B. Miles, dan A. Michael Huberman (Saklana *et al*, 2014), analisis data merupakan kegiatan analisis yang terdiri dari tiga hal, yaitu *data condensation*, *data display*, *drawing* dan *verifying conclusion*.

Tabel 1. Data Informan

No.	Inisial Informan	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	KS	19 tahun	Perempuan	Mahasiswa
2.	RN	23 tahun	Perempuan	Karyawan
3.	AL	22 tahun	Perempuan	Mahasiswa
4.	EL	27 tahun	Perempuan	<i>Freelancer</i>
5.	NA	28 tahun	Perempuan	<i>Freelancer</i>

TINJAUAN LITERATUR

Fandom dan Budaya Penggemar

Sandvoss dalam (Wardani & Kusuma, 2021) menyebutkan fandom merupakan refleksi dari penggemar itu sendiri, karena adanya keterlibatan emosional yang terjadi antara penggemar dan idola fandom mereka. Penggemar yang memiliki kelompok pada minat yang sama, dan menyukai satu hal yang sama, dan tergabung dalam fandom (El Farabi, 2020). Fandom berkomunikasi dan berinteraksi melalui media *online*, selain pertemuan *offline* secara tradisional (Kusuma *et al*, 2020). Baik fandom secara tradisional yang bertemu secara langsung maupun fandom digital memiliki tujuan yang sama dengan hierarki, kelompok, dan konflik seperti semua organisasi sosial; keberadaan *uber-fan* atau BNF (*big name fan*) membuktikan hal ini (Pearson, 2010). Adanya fandom dan budaya penggemar yang terjadi merupakan gambaran fenomena dalam studi penggemar (*fan studies*).

Lamerichs dalam (Kusuma *et al*, 2020) mengatakan studi penggemar menjadi tanda dalam analisis studi media baru dan budaya digital. Studi penggemar

bertujuan merepresentasikan fandom secara positif dan condong mempelajari komunitas dan praktik penggemar (Kusuma *et al.*, 2020). Studi penggemar telah menunjukkan minat yang tinggi pada praktik penggemar, karena mereka menunjukkan bahwa penggemar adalah orang yang kreatif (Duffet, 2013). Studi penggemar telah ditandai dengan munculnya seluruh generasi para pelajar yang dengan bangga menyatakan bahwa mereka mencintai budaya pop (*pop culture*) (Duffet, 2013).

Twitter dan Aktivitas Penggemar

Media sosial yang cukup populer di kalangan fandom adalah Twitter. Platform media sosial Twitter memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh idola untuk terhubung dengan penggemarnya, begitupun sebaliknya (Wardani & Kusuma, 2021). Tidak hanya untuk mendekatkan dengan idolanya, Twitter juga kerap digunakan para penggemar untuk saling berkomunikasi. Teknologi adalah perantara yang membuat pengaruh penggemar terwujud dan, yang terpenting menyebar (Booth, 2018). Kemampuan dan aktivitas fandom digital menunjukkan fluiditas produktivitas semiotik, pengucapan, dan tekstual (Duffet, 2013). Poin penting bahwa fandom digital memfasilitasi terbangunnya komunitas dalam skala besar yang sebelumnya tidak mungkin tercapai. Selain menerima informasi, penggemar juga bisa menjadi sumber informasi bagi penggemar lainnya (Wardani & Kusuma, 2021). Pembuatan karya *fan fiction* juga banyak ditemukan pada platform Twitter. Sebelumnya, penggemar dapat mengikuti cerita fan fiksi di platform tertentu seperti Wattpad, Archive of our Own, Asianfanfics, dan Livejournal, tapi sekarang penggemar *K-pop* menganggap lebih mudah untuk membaca fan fiksi melalui media sosial, terutama Twitter (Bangun *et al.*, 2022).

Fan Fiction di Twitter

Fan fiction merupakan cerita yang ditulis oleh penggemar dengan membuat karakter dengan sifat asli sang idola, atau bahkan imajinasi mereka sendiri (El Farabi, 2020). Adanya fitur "thread" pada Twitter, penulis dapat menciptakan dunia baru idola mereka (Bangun *et al.*, 2022). Beberapa pembaca fan fiksi menemukan bahwa fan fiksi yang lama menggunakan penuh format naratif, lebih seperti tulisan panjang (Bangun *et al.*, 2022). Sekarang dengan media sosial, penulis cenderung menggunakan fitur obrolan palsu (*fake chat*), akun palsu (*fake account*) di Twitter, dengan konten lokal (Bangun *et al.*, 2022).

Berkembangnya internet dan teknologi saat ini juga berperan untuk semakin meningkatkan *user generated content* (UGC) pada masyarakat (El Farabi, 2020). Salah satu yang berkembang dari UGC ini adalah kehadiran *digital author*. UGC menghadirkan cara baru pada budaya menulis dan publikasi karya seseorang (El Farabi, 2020). Kehadiran UGC dalam industri baca memungkinkan seseorang yang belum berpengalaman dan tidak pernah membuat karya sebelumnya, untuk dapat membagikan karya mereka dengan berbagai macam bentuk, mulai dari musik, video, hingga tulisan (El Farabi, 2020). Penggemar dapat menjadi penulis, didukung dengan adanya sosial media sebagai wadah untuk menyalurkan tulisan mereka.

Untuk penulisan *fan fiction*, penggemar dituntut memahami karakter asli sang idola agar sesuai dengan *image* yang dimilikinya (Syaharani & Mahadian, 2017). *Fan fiction* merupakan salah bentuk dukungan yang dilakukan penggemar kepada idolanya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait produksi teks yang dilakukan penggemar *K-Pop* sebagai *digital author* dalam menulis *fan fiction* yang merupakan bagian dari penggemar *boyband* "Seventeen" di Twitter.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna mengetahui produksi teks yang dilakukan penggemar *K-Pop* sebagai *digital author* dalam menulis *fan fiction* di Twitter, pertama-tama peneliti perlu membahas terkait pemanfaatan akun Twitter sebagai penggemar. Dalam sub bagian kedua, peneliti fokus pada produksi teks yang dilakukan penggemar *boyband* "Seventeen" sebagai *digital author* di Twitter. Untuk sub bagian terakhir, peneliti membahas alasan dan motivasi penggemar *boyband* "Seventeen" sebagai *digital author* di Twitter.

Pemanfaatan Akun Twitter sebagai Penggemar

Hadirnya Korean Pop atau *K-Pop* merupakan bagian dari *Hallyu wave*. Musik *K-Pop* terdiri dari banyak musisi bahkan *boyband* / *girlband*. *Boyband* yang masih aktif hingga saat ini yaitu "Seventeen". Seventeen merupakan *boyband* asal Korea Selatan dengan 13 anggota (Tofani, 2023). Anggota *boyband* "Seventeen" dimulai dari yaitu S.coups, Woozi, Seungkwan, DK, Joshua, Jeonghan, Mingyu, Wonwo, Vernon, Hoshi, Dino, Jun, dan The8. *Boyband* yang dibentuk oleh Pledis Entertainment tersebut berarti "tujuh belas", yaitu gabungan total dari 13 jumlah anggota, 3 dari jumlah sub-unit, dan 1 yang berarti "kesatuan tim" (Tofani, 2023).

Boyband "Seventeen" mulai debutnya pada tanggal 26 Mei 2015 dan kini dikenal sebagai "*Self-producing idol*" karena keterlibatan anggota dalam penyusunan, pengembangan, dan pembuatan lagu dan juga koreografi (Tofani, 2023). *Boyband* "Seventeen" mencetak rekor sebagai album paling laris sepanjang sejarah *K-Pop* lewat mini album ke-10 yang berjudul "FML" (CNN Indonesia, 2023). Selain itu, *boyband* "Seventeen" juga mencetak rekor sebagai satu-satunya artis *K-Pop* yang berhasil melampaui 4 juta penjualan dalam minggu pertama perilisannya (CNN Indonesia, 2023). Prestasi tersebut dapat terwujud karena hadirnya penggemar.

Perkembangan dukungan dari penggemar untuk idolanya kian berkembang, penggemar menjadi lebih kreatif dengan menulis karya berupa *fan fiction*. *Fan fiction* merupakan cerita yang ditulis oleh penggemar dengan membuat karakter dengan sifat asli sang idola, atau bahkan imajinasi mereka sendiri (El Farabi, 2020). *Fan fiction* khususnya *K-Pop* pada saat ini lebih memiliki banyak peminat atau pembaca di *platform* Twitter. Hal tersebut dikarenakan para penggemar banyak menggunakan Twitter untuk aktivitas penggemar, hingga karya *fan fiction* juga dapat dengan mudah ditemukan di *platform* tersebut. Penggemar dapat menjadi penulis, didukung dengan adanya sosial media sebagai wadah untuk menyalurkan

tulisan mereka. Cavicchi, dikutip dalam Duffett berpendapat bahwa penggemar merujuk pada individu dan kelompok yang beragam, termasuk penggemar fanatik, penonton, penggemar, penggila, penguntit selebriti, kolektor, konsumen, anggota subkultur, dan seluruh khalayak, dan tergantung pada konteksnya, merujuk pada hubungan yang kompleks yang melibatkan afinitas, antusiasme, identifikasi, hasrat, obsesi, kerasukan, neurosis, histeria, konsumerisme, resistensi politik, atau kombinasi dari semua itu (Duffett, 2013).

Penggemar *boyband* "Seventeen" merupakan salah satu fandom yang memiliki karya *fan fiction* di Twitter. Platform media sosial Twitter memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh idola untuk terhubung dengan penggemarnya, begitupun sebaliknya (Wardani & Kusuma, 2021). Tidak hanya untuk mendekati dengan idolanya, Twitter juga kerap digunakan para penggemar untuk saling berkomunikasi. Terkadang sebagian penggemar berbeda-beda dalam memanfaatkan akun Twitter yang dimilikinya.

Terdapat *author* yang memiliki berbagai akun Twitter dengan kegunaan yang berbeda. Adanya media sosial bukan sekedar tempat berbagi aktivitas sehari-hari, seperti buku harian seseorang atau tempat menyimpan kenangan dan momen indah seseorang, tetapi fungsinya jauh lebih kompleks dan beragam (Yuniasti, 2021). Akun tersebut meliputi *fan account* dan akun pribadi. Pemanfaatan *fan account* yang dimilikinya digunakan sebagai akun menulis fan fiksi, mendukung *boyband* "Seventeen", dan mencari hiburan yang terkait dengan aktivitas penggemar. Selain itu *author* merasa bahwa tidak semua orang sudah terbiasa akan hadirnya fan fiksi, kecuali penggemar itu sendiri yang memang sudah mengerti tentang fan fiksi. Maka dari itu *author* memanfaatkan *fan account* yang dimilikinya untuk aktivitas penggemar termasuk menulis pada platform Twitter.

"...Untuk saat ini sih aku cuma punya satu fan account yang merangkap juga untuk writing account, reading account, semuanya sih mainly di situ. Jadi akun untuk nulis dan nge-hype mereka jadi satu di akun itu. Samely karena aku mau membedakan antara akun real life aku sama akun seneng-seneng gitu. Nah disini aku kaya lebih bisa lebih mudah nge-express myself gitu. Kaya sebenarnya konsep fan fiction sendiri di mata orang awam masih agak aneh kan maksudnya gak lazim gitu. Kayanya lebih comfortable buat ngelakuin itu di ruang yang emang orang-orang yang udah biasa udah menerima itu, mangkanya akhirnya bikin fan account..." (Hasil Wawancara dengan informan 2, 29 Mei 2023)

Dalam pemanfaatan akun Twitter terdapat *author* yang membedakan kegunaan akun untuk menulis fan fiksi dan akun untuk mendukung aktivitas penggemar (*fan account*). *Author* memanfaatkan *fan account* yang dimilikinya hanya untuk aktivitas penggemar seperti mencari informasi terkait *boyband* "Seventeen" dan berinteraksi dengan sesama penggemar. Sedangkan untuk akun menulis hanya digunakan untuk membagikan karya *fan fiction*-nya.

"...selalu ngebedain sih, awalnya kan emang tadinya aku cuma punya akun Twitter buat fangirling aja gitu. Terus pas mulai serius nulis fan fiksinya "Seventeen" aku ngebedain gitu, maksudnya biar gak kecampur-campur sih gitu. Karena kan kalau

misalkan di campur sama akun fangirling jadi berisik gitu di aku kaya aku bedain gitu, jadi pastinya punya sih sendiri-sendiri gitu..." (Hasil Wawancara dengan informan 4, 4 Juni 2023)

Dalam pemanfaatan akun Twitter sebagai penggemar, seluruh *author* memiliki setidaknya *fan account* sebagai media untuk menulis *fan fiction*, berinteraksi dengan sesama penggemar, dan mencari informasi terkait *boyband* "Seventeen". Hal tersebut bagian dari aktivitas penggemar yang dilakukan di Twitter. Sebagian besar *author* menyatakan bahwa mereka membedakan kegunaan akun pribadi dan *fan account* yang mereka punya. Hal tersebut dikarenakan agar fungsi dari setiap akun tidak tercampur.

Produksi Teks Penggemar *Boyband* "Seventeen" di Twitter

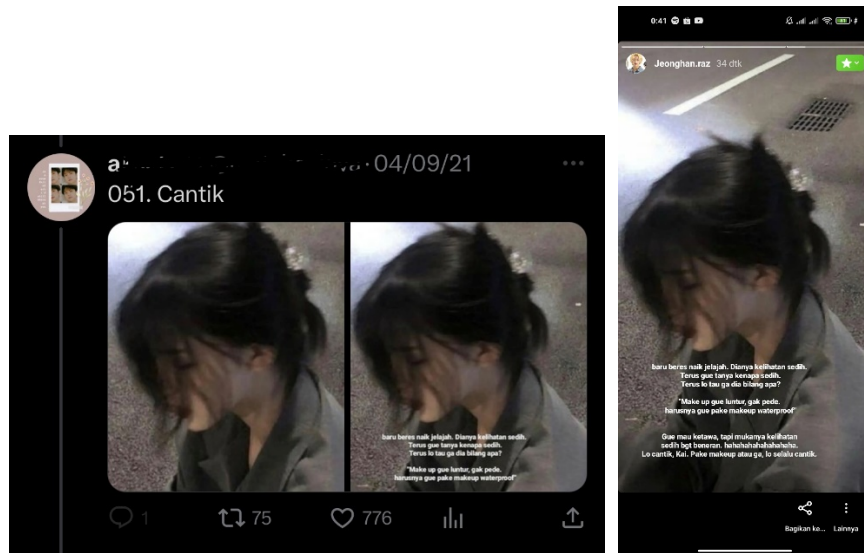
Untuk penulisan cerita *fan fiction* terdapat beberapa tahap, sebelum akhirnya *fan fiction* tersebut diunggah di Twitter. Sekarang dengan media sosial, penulis cenderung menggunakan fitur obrolan palsu (*fake chat*), akun palsu (*fake account*) di Twitter, dengan konten lokal (Bangun et al., 2022). Untuk *fan fiction* di Twitter sendiri memiliki ciri khas yaitu visualisasi yang berbentuk sosial media. Biasanya visualisasi tersebut berupa gambar pesan/obrolan palsu (*fake chat*), Twitter palsu, hingga Instagram palsu. Beberapa pembaca fan fiksi, menemukan bahwa fan fiksi yang lama menggunakan penuh format naratif, lebih seperti tulisan panjang (Bangun et al., 2022). Hal tersebut dapat menjadi tanda perkembangan *fan fiction* yang dulu berupa narasi, namun kini terdapat visualisasi gambar yang semakin membuat cerita fiksi terasa nyata.

Seluruh *author* yang menggunakan beberapa aplikasi di luar *platform* Twitter untuk visualisasi ceritanya. Untuk menggambarkan akun Twitter palsu yang dibuat untuk mendukung tokoh karakter pada ceritanya, *author* menggunakan aplikasi Twinote. Dalam menggambarkan tokoh karakter anggota *boyband* "Seventeen", *author* akan menyertakan foto dari anggota *boyband* "Seventeen" yang di unggah pada akun Twitter palsu tersebut. Para *author* juga akan menuangkan kebiasaan anggota *boyband* "Seventeen" dengan *tweet* yang di unggah pada akun Twitter palsu. Sama halnya dengan Twitter, pada media sosial palsu lainnya *author* akan menonjolkan karakter anggota *boyband* "Seventeen" dengan foto dan kebiasannya. Kebiasaan tersebut berupa ciri khas atau gaya menulis yang biasa di tunjukan oleh anggota *boyband* "Seventeen". Sedangkan untuk menggambarkan akun Instagram palsu, *author* menggunakan aplikasi Intar Fake dan Instagram. Bahkan jika perlu untuk email palsu, *author* akan membuat akun email baru untuk karakter ceritanya.

"...Untuk visualisasi kaya fake chat, fake Instagram pakai aplikasi yang beda-beda semua sih kak. Biasanya buat fake chat suka aku tulis di notes hp dulu, baru aku pindahin ke aplikasi fake chat-nya. Butuh penyimpanan hp yang memadai, karena aplikasinya ada 3 sih kak hehehe. Kalau misalnya buat fake chat-nya itu aku pake pake aplikasi namanya iFake sama MeMi Message, terus kalau buat fake tweet-nya aku pake aplikasi namanya Twinote, terus kalau buat Instragram itu kalau feed Instagram-nya ada aplikasi namanya kalau gak salah Intar Fake. Tapi kalau buat

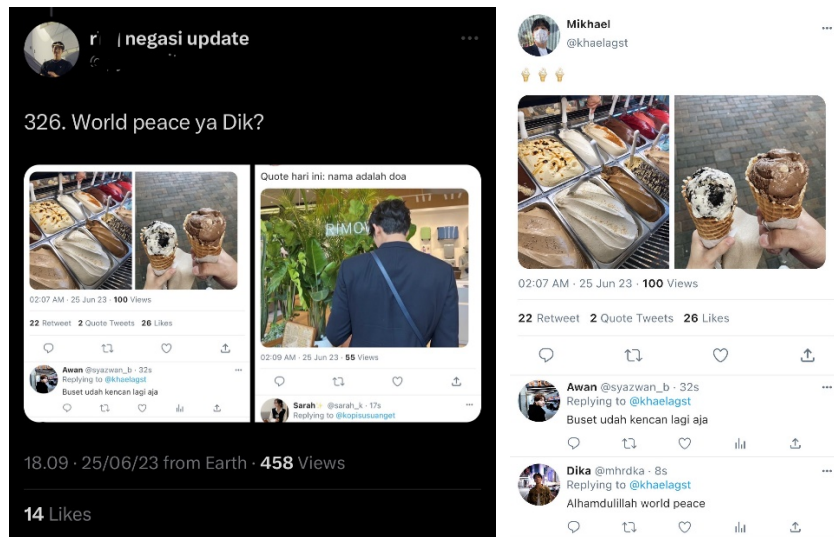
snapgram itu aku pakai Instagram asli. Terus buat DM itu pake aplikasi namanya iFake, jadi emang kaya butuh banyak aplikasi sih kak. Kalau buat email itu aku pake email asli, jadi aku sampe buat akun email buat karakter aku..." (Hasil Wawancara dengan informan 3, 29 Mei 2023)

Gambar 1. Visualisasi Instagram Palsu



Sumber: Akun Twitter Informan 3, Juni 2023

Gambar 2. Visualisasi Akun Twitter Palsu



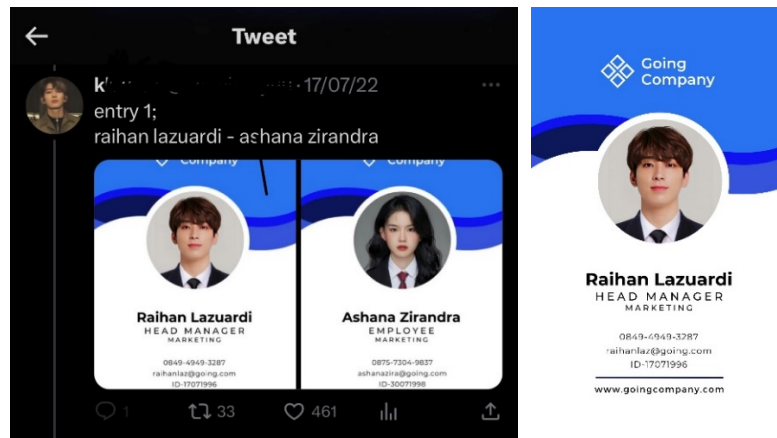
Sumber: Akun Twitter Informan informan 2, Juni 2023

Untuk visualisasi pesan palsu, *author* biasanya menggunakan berbagai aplikasi. Aplikasi tersebut meliputi iFake dan MeMi Message, Social Maker, Fake All, Whatsfun, dan TalkMaker. Terdapat *author* yang juga menggunakan Canva untuk edit visualisasi profil palsu. Dalam menggambarkan karakter melalui pesan palsu,

seluruh *author* sebisa mungkin akan membuat tokoh yang mirip dengan karakter yang dimiliki anggota *boyband* "Seventeen". Para *author* akan menerapkan kebiasaan anggota *boyband* "Seventeen" yang telah diamati. Dalam menuangkan ke dalam pesan palsu, *author* akan menggambarkan karakternya dengan cara tokoh tersebut berkirip pesan dan caranya menyikapi suatu masalah. Hal tersebut dilakukan *author* agar pembaca merasa dekat dan kenal dengan karakter yang telah di buat. Agar pembaca tidak merasa aneh atau asing dengan karakter di cerita tersebut. *Author* akan mencatat poin-poin penting terlebih dahulu, sebelum akhirnya menuangkan pesan yang harus di gambarkan pada aplikasi pesan palsu tersebut.

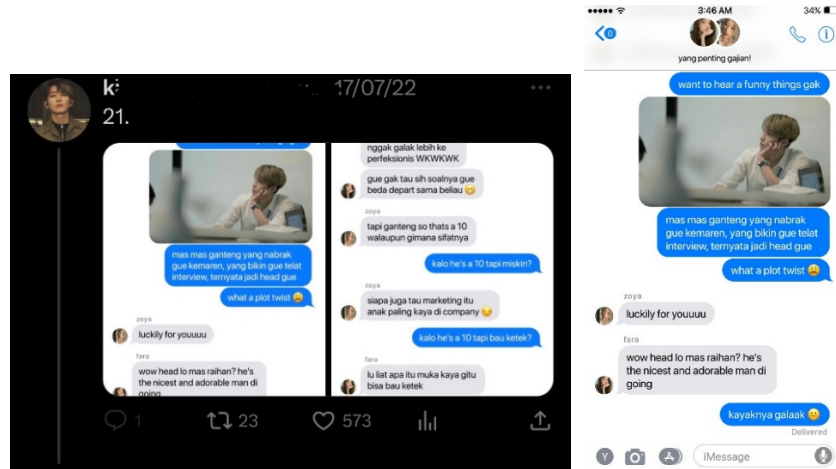
"...Kalau aplikasi chat pake iFake sama MeMi Message, kalau Twitter pake Twinote, dan kalau kayak fake profile, email, dan lain lain biasanya aku edit di Canva. Tahapannya biasanya aku draft dulu hal-hal penting yang harus di highlight di chat ituu, terus baru deh di visualisasikan lewat chat..." (Hasil Wawancara dengan informan 1, 1 Juni 2023)

Gambar 3. Visualisasi Profil Palsu



Sumber: Akun Twitter Informan 1, Juni 2023

Gambar 4. Visualisasi Pesan Palsu



Sumber: Akun Twitter Informan informan 1, Juni 2023

Sedangkan untuk pembuatan narasi, biasanya *author* hanya menggunakan fitur catatan atau *notes* yang ada di ponselnya. Sebelum menuangkan yang harus di tuliskan pada aplikasi pesan palsu, *author* telah memiliki gambaran kasar tentang topik obrolan. Dalam narasi, *author* kerap menuangkan situasi yang tidak dapat dijelaskan dengan visualisasi media sosial palsu atau pesan palsu. Selain itu dalam menulis narasi, terdapat pula *author* yang memanfaatkan *platform* seperti Medium dan Write.as. Terdapat pula *author* yang berkreasi dengan menggunakan aplikasi Canva.

Gambar 5. Visualisasi Narasi



"Gue rasa begitu," akunya seraya menumpu dagu dengan sebelah tangan. Sorot matanya seakan sedang memandang sesuatu yang jauh. "Gak kayak gue, Mikha itu orang baik yang adem banget. Sejak awal dia gak nge-judge gue macam-macam. Dia pintar baca suasana. Dia bahkan bisa ngerti apa yang gue sendiri gak ngerti, kayak gimana cara bikin gue cepat nyaman sama segala hal baru di sini, misalnya. *I can't thank him enough for that.*"

Apa yang Audy jelaskan barusan bukan sesuatu yang baru. Bahkan bisa dibilang Fauzi adalah salah satu saksi hidup bagaimana Mikha dan Audy perlahan bisa menjadi sangat akrab. Anehnya, mendengar itu langsung dari bibir Audy meninggalkan sesuatu yang mengganjol dalam dirinya.

Namun tentu saja, Fauzi sama sekali tidak punya rencana untuk mengakuinya.

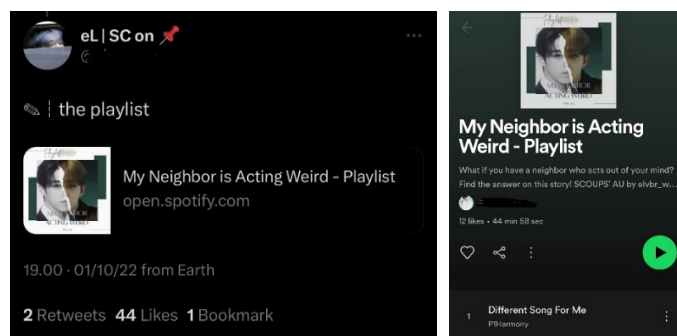
Sumber: Akun Twitter Informan informan 2, Juni 2023

Untuk membuat pembaca tertarik untuk membaca *fan fiction*-nya, terdapat *author* yang membuat *playlist* lagu, video *teaser*, sampul/*cover* untuk ceritanya. Dalam pembuatan visualisasi tersebut, *author* akan menggambarkan visualisasi dengan adanya foto atau cuplikan video dari anggota *boyband* "Seventeen". Untuk

pembuatan video *teaser*, *author* akan menggunakan aplikasi InShot. Video yang didapatkan dengan menggabungkan cuplikan yang telah di siapkan dari berbagai *platform*. Sedangkan untuk membuat visualisasi *playlist* lagu, *author* menggunakan aplikasi Canva untuk sampul dengan mencari referensi lagu yang cocok pada aplikasi Spotify. Untuk membuat sampul cerita, biasanya *author* akan menggunakan aplikasi Canva.

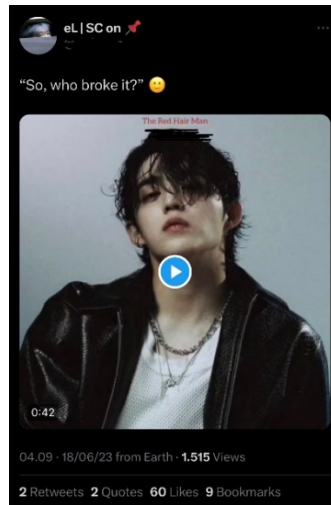
“...Aku tuh suka bikin video teaser ala-ala atau gak bikin playlist gitu. Untuk visualisasi kayak chat atau narasi yang sudah matang itu awalnya aku bakal nulis secara mentah di notes atau Google Document. Baru aku masukin ke aplikasinya dan biasanya bakalan aku cek lagi sekiranya dialognya udah pas atau belum. Sama dengan narasi, aku bakal drafting dulu di notes atau Google Document baru aku aplikasikan ke aplikasi Medium, Write.as, atau kalau dalam bentuk foto di Canva. Untuk aplikasi chat-nya sejauh ini aku lebih nyaman pakai yang namanya TalkMaker, bentukannya kayak KakaoTalk gitu tapi aksesnya lebih gampang. Kadang aku pakai iFake juga dan biasanya dalam tampilan WA (Whatsapp). Sama aplikasi TwiNote untuk fake twitter. Aplikasi Medium untuk narasi kalau dalam bentuk link atau situs. Kalau buat trailer ala-ala tuh agak sulit sebenarnya. Aku bakal cari banyak potongan adegan yang mewakili isi dan tujuan ceritanya di YouTube atau Twitter, atau Pinterest. Aplikasi yang dipakai untuk editing-nya sejauh ini aku nyaman di InShot. Untuk pembuatan playlist-nya lebih ke seru, sih. Aku suka pakein cover ala-ala juga biar kayak playlist drama/film hahaha... dan itu aku buat dengan bantuan Canva. Iyaa ternyata ribet juga bikinnya, padahal nulis tinggal nulis aja tapi karena di Twitter, jadi harus banyak variasinya biar kelihatan menarik buat dibaca...” (Hasil Wawancara dengan informan 4, 4 Juni 2023)

Gambar 6. Visualisasi Playlist Lagu



Sumber: Akun Twitter Informan informan 4, Juni 2023

Gambar 7. Visualisasi Video Teaser



Sumber: Akun Twitter Informan informan 4, Juni 2023

Gambar 8. Visualisasi Sampul



Sumber: Akun Twitter Informan 5, Juni 2023

Untuk tahap visualisasi dalam pembuatan *fan fiction*, seluruh *author* menggunakan berbagai aplikasi di luar *platform* Twitter. Visualisasi yang gambarkan oleh *author* yaitu berbagai akun fiksi atau akun palsu untuk gambaran pesan palsu dari berbagai aplikasi untuk mendukung karakter pada cerita *fan fiksinya*. Selain pesan palsu, terdapat *author* yang bahkan membuat *cover* atau sampul untuk ceritanya. Selain itu, terdapat visualisasi lain seperti *video teaser* dan *playlist* lagu. Banyaknya variasi tersebut agar *fan fiction* yang di buat lebih menarik untuk dibaca, terlebih di *platform* Twitter. Hal tersebut menunjukkan tahap pembuatan visualisasi yang dilakukan oleh para *digital author* di Twitter.

Proses kreatif merupakan langkah awal sebelum menulis *fan fiction*. Proses kreatif merupakan aktivitas seorang *digital author* dalam pencarian ide cerita. Selain pencarian ide cerita, terdapat aktivitas pembuatan alur/plot, pembuatan karakter tokoh idola, dan observasi (Syaharani & Mahadian, 2017). Terdapat tiga macam

observasi yang dilakukan yaitu observasi data & informasi, observasi karakter, dan observasi lokasi (Syaharani & Mahadian, 2017). Proses kreatif juga menunjukkan tahap dalam pengelolaan munculnya ide mentah. Tahapan ini yang akan menjadi informasi terkait proses kreatif *fan fiction* terutama pada *platform* Twitter.

Seluruh *digital author* melakukan proses kreatif. Seluruh *digital author* melakukan tahap pencarian ide cerita, pembuatan alur/plot, pembuatan karakter tokoh idola, dan observasi. Proses kreatif yang dilakukan seluruh *digital author* berbeda-beda. Pencarian ide yang dilakukan seperti melihat drama, pengalaman pribadi, pengalaman orang sekitar, topik yang sedang ramai, dan lain-lain. Setelah mendapatkan ide, maka ide tersebut akan diolah dengan sudut pandang *digital author* dalam menentukan alur atau karakter.

“...Kayanya ada yang aku dapet dari cerita-cerita yang aku dengar gitu. Mungkin ceritanya temen aku atau cerita yang aku dengar lewat podcast gitu, atau mungkin cerita yang aku temuin di lirik lagu, itu di intinya sih. Terus gimana aku ngembanginnya kayanya halu aja sih. Untuk alur atau pembuatan karakter yang aku dapet buat ide dari cerita punya orang lain mungkin bisa aku buat jadiin cerita, tapi gak *originally* cerita yang aku denger gitu. Kayanya em... aku berimajinasi aja sih, kira-kira dari *point of view* aku cerita ini bakal kaya mana gitu, kemudian untuk mengembangkan karakter ceritanya aku bakal ngehubungin juga sama ending cerita yang mau kaya mana gitu sih...” (Hasil Wawancara dengan informan 2, 29 Mei 2023)

Dalam proses kreatif terdapat unsur-unsur penting dari *fan fiction* seperti alur atau plot cerita dan juga karakter (Syaharani & Mahadian, 2017). Misalnya bila alur atau plot cerita tidak dipikirkan secara matang, maka *fan fiction* cenderung memiliki alur/plot yang tidak jelas (Tunshorin, 2016). Terdapat *digital author* yang dari awal telah memiliki gambaran penulisan agar alur/plot dapat tertata dengan baik. Dengan membuat alur atau plot terlebih dahulu, memudahkan *digital author* dalam proses menulis karena memiliki acuan dalam menulis. Terdapat pula *digital author* yang menuliskan alur/plot secara spontan. Alur atau plot yang dimiliki oleh *digital author* yang spontan, cenderung mendapatkan ide ketika proses menulis.

“...Kalau untuk plot/alur aku biasanya buat garis besarnya dulu, kaya misalnya pembuka kaya gini, ending-nya gini, ploblem-nya ini. Tapi biasanya aku udah punya ide utamanya kaya aku mau A-Z misalnya, tapi buat detail-detailnya tuh kadang sejalanannya aja sih kak. Yang penting tuh aku udah tau alur utamanya konflik utamanya apa, terus kaya poin penting dari ceritanya tuh apa gitu selebihnya sih aku let it flow aja hehehe...” (Hasil Wawancara dengan informan 3, 29 Mei 2023)

Dalam pembuatan karakter, seluruh *digital author* setidaknya akan melihat konten video terkait *boyband* “Seventeen”. Bila penggemar *K-Pop* dapat mengetahui karakter idola dengan baik, tentunya akan membuat karakter idola terlihat sesuai dengan alur sehingga membuat cerita menjadi semakin hidup (Syaharani & Mahadian, 2017). Para *digital author* akan melihat konten video seperti acara ragam dan siaran langsung. Untuk penulisan *fan fiction*, penggemar dituntut memahami karakter asli sang idola agar sesuai dengan *image* yang dimilikinya (Syaharani & Mahadian, 2017). Selain melihat konten sebagai referensi pembuatan karakter,

sebagian dari *digital author* juga membaca hasil wawancara dan memperhatikan ucapan atau gaya penulisan anggota *boyband* Seventeen di siaran langsung dan unggahan di sosial media. Hal tersebut agar *digital author* dapat menyesuaikan karakter *boyband* "Seventeen" untuk dijadikan karakter atau tokoh pada cerita *fan fiction*.

"...pasti dari nonton konten mereka ya, nonton konten mereka mengamati cara mereka berbicara terus karakter mereka cara mereka memandang sesuatu gitu, seperti opini mereka tentang sesuatu, terus baca interview mereka. Terus nonton konten member lain karena kadang member juga kasih pendapat tentang member lain juga jadi kita ohh... tau ada satu sisi yang dari member ternyata gak di update di konten manapun. Dalam setiap tulisanku aku usahakan mirip sama member sih, karakter pesona member 70-80% lah mirip..." (Hasil Wawancara dengan informan 5, 3 Juni 2023)

Dalam mengembangkan tokoh karakter, *author* akan menonjolkan ciri khas atau kebiasaan yang di miliki oleh anggota *boyband* "Seventeen". Ciri khas atau kebiasaan tersebut yang di adopsi dari beberapa referensi. Contohnya seperti *author* yang mengembangkan karakter salah satu anggota *boyband* "Seventeen". Wonwoo anggota *boyband* "Seventeen" memiliki citra jarang bicara, pendiam, dan perfeksionis. Kebiasaan tersebut yang akan di adopsi oleh *author*, untuk dijadikan tokoh karakter yang dingin dalam pembuatan *fan fiction*.

"...kalau di Weverse kan mereka nulis tuh. Nah gaya penulisan mereka kalau nulis atau gak kalau lagi ngomong. Misalnya kalau Wonwoo kan orangnya gak banyak omong kan, pendiem terus juga orangnya kan kaya perfeksionis banget nih, serius banget gitu orangnya, jadi aku membuat karakter yang di cerita aku itu juga sama kaya orangnya juga dingin..." (Hasil Wawancara dengan informan 1, 1 Juni 2023)

Selain itu terdapat *author* yang tidak membuat karakter yang mirip dengan karakter anggota *boyband* "Seventeen". *Author* menganggap bahwa *fan fiksi* tidak harus memiliki tokoh dengan karakter yang mirip dengan yang dimiliki anggota *boyband* "Seventeen". Hal tersebut agar *fan fiction* dapat dibaca oleh semua orang. *Author* lebih menonjolkan anggota *boyband* "Seventeen" pada visualisasinya untuk membangun karakter yang di inginkan.

"...Kalau di bilang persis tuh jujur gak semuanya sih, maksudnya mau karakter yang bikin tuh gak tentu sesuai banget sama karakter aslinya gitu, mungkin ada tapi ibaratnya ngambil sebagian dari karakter dia untuk di masukin di karakter cerita aku gitu. Terus juga dia aku jadi kaya lebih ke minjem visualisasinya dia buat mencocokkan karakter utama yang aku bangun gitu, dan udah pasti beda-beda gitu. Jadi gak sepenuhnya harus plek ketiplek dia gitu, karena untuk apa ya... namanya juga *fan fiksi* ya... untuk visualisasinya itu untuk membangun karakter yang aku pikirin gitu. Karena memang cocok di dia meskipun karakter bukan dia ..." (Hasil Wawancara dengan informan 4, 4 Juni 2023)

Sedangkan untuk observasi, sebagian *digital author* akan mencari referensi terkait latar tempat, latar belakang suatu profesi/pekerjaan, bahkan sifat atau

kebiasaan. Para *digital author* melakukan observasi dengan mencari informasi dengan melihat video, membaca artikel, mencari di Google, dan membaca jurnal. Untuk ide dengan latar lokal, maka kebanyakan *digital author* menggunakan pengalaman pribadi sebagai bahan ceritanya. Berbagai observasi yang dilakukan agar cerita *fan fiction* yang ditulis terlihat lebih nyata.

“...kalau misalnya observasi itu, aku kalau latar belakang, misalnya pekerjaan tertentu gitu ya, akuntan atau orang pajak gitu aku nanya ke temenku yang punya background terkait dengan profesi tersebut gitu. Jadi aku gak sembarangan dalam membuat background member tinggal dimana, menjadi apa. Karena aku juga riset dulu dari sumber-sumber yang bisa aku peroleh gitu yang valid. Jadi observasi pasti aku lakuin dari internet terus dari temen-temenku juga, dan dari pengalamanku...” (Hasil Wawancara dengan informan 5, 3 Juni 2023)

Terdapat pertimbangan sebelum *digital author* mengunggah atau mulai menuliskan ide yang dimilikinya. Pertimbangan yang membuat akhirnya *digital author* memutuskan ide tersebut akan diunggah atau tidak. Pertimbangan tersebut meliputi suasana hati, ide tidak menyinggung, ide yang menarik, antusias pembaca, keberlanjutan ide, lalu alur dan penyelesaian cerita. Seluruh *digital author* memiliki pertimbangan yang matang untuk memutuskan ide tersebut dapat diunggah dan dinikmati pembaca.

“...pertimbangan ide yang pasti aku harus tau aku mau bikin cerita itu karna aku yang mau atau cuma ikut-ikutan aja wkwk. Biasanya aku ngehindarin sesuatu yang cuma hype jadinya aku gak asik waktu nulisnya. Terus biasanya aku harus mikir ini topik sensitif gak untuk sebagian orang, karena Twitter luas banget aku gak mau ada yang tersinggung karena ceritaku. Yang terakhir yaa liat audience suka baca cerita kayak gimana sih gitu biar mereka pas baca tertarik karena relate sama kehidupan...” (Hasil Wawancara dengan informan 1, 1 Juni 2023)

Seluruh *author* melakukan proses kreatif. Seluruh *author* melakukan tahap pencarian ide cerita, pembuatan alur/plot, pembuatan karakter tokoh idola, dan observasi. Proses kreatif yang dilakukan seluruh informan berbeda-beda. Pencarian ide yang dilakukan informan bermacam seperti melihat drama, pengalaman pribadi, pengalaman orang sekitar, topik yang sedang ramai, dan lain-lain. Sebagian besar informan mulai membuat alur/plot setelah memiliki ide cerita atau setelah melakukan observasi. Dalam pembuatan karakter, seluruh informan setidaknya akan melihat konten video terkait *boyband* “Seventeen”. Sedangkan untuk observasi, sebagian informan akan mencari referensi terkait latar tempat, latar belakang suatu profesi/pekerjaan, bahkan sifat atau kebiasaan. Hal tersebut menunjukkan proses kreatif yang dilakukan oleh para *digital author* di Twitter.

Proses menulis merupakan langkah selanjutnya setelah proses kreatif. Proses menulis merupakan aktivitas seorang *digital author* dalam menuangkan ide dalam ceritanya. Tahap menulis adalah proses yang dilakukan oleh penggemar dalam menciptakan *fan fiction* ketika mengolah ide, alur, dan juga karakter ke dalam bentuk tulisan sebelum diunggah (Syaharani & Mahadian, 2017). Proses menulis juga menunjukkan proses menulis *fan fiction* pada platform Twitter. Dalam proses

menulis pencipta harus menuangkan ide ke dalam bentuk paragraf dan membuat pembaca mendapatkan pesan yang dimaksudkan oleh sang pencipta *fan fiction* (Syaharani & Mahadian, 2017). Seluruh *author* mencatat atau menulis idenya.

“...aku kayanya kalau misal ada *prompt* (*sinopsis*) yang udah bener-bener menurut aku menarik, aku bakal aku tulisin dulu. Tapi sekedar *prompt*, tapi ketika aku udah mutusin aku akan mengerjakan *prompt* ini, balik tadi kaya yang aku bilang tadi disitu tuh aku baru nulis yang kerangka nya gitu. Kemudian untuk per kali aku upload itu aku bakal nyusun kaya kerangka yang berbeda gitu loh. Jadi ada kaya kerangka yang luas dengan alur-alur kasar, nah per kali aku update itu aku bakal ambil sebagian terus di detailin lagi nih gitu. Harus ada patokannya dulu untuk nulis kaya kerangka tadi. Hmm... nunggu mood iya kayanya cuma aku berhubung aku ISTJ banget ya, aku suka hal yang *organized* jadi aku biasanya punya jadwal tersendiri gitu. Jadi kayanya aku mengumpulkan apa niat dan kerangka-kerangka kasarnya itu di hari Senin sampai Rabu, terus Kamis sampai weekend aku baru mengerjakan...” (Hasil Wawancara dengan informan 2, 29 Mei 2023)

Dalam menulis idenya seluruh *author* memiliki cara yang berbeda. Untuk menuliskan idenya mereka memanfaatkan fitur catatan atau *notes* di ponsel, fitur *draft* di twitter, bahkan perekam suara di ponsel. Seluruh *author* menuliskan ide, alur, bahkan konflik yang dimilikinya agar tidak lupa. Terdapat *author* yang menuliskan idenya dalam bentuk *sinopsis* dan kerangka kasar, menulis mulai dari alur hingga pembuatan judul sekaligus, dan ada yang sekedar menuliskan poin penting. Hal tersebut menunjukkan proses menulis yang dilakukan oleh para *digital author* sebelum mengunggah di Twitter.

Proses *editing & posting* merupakan langkah selanjutnya setelah proses menulis. *Editing* adalah proses penyuntingan tulisan yang telah dibuat sebelum masuk ke dalam tahap *posting* (Syaharani & Mahadian, 2017). Sedangkan proses *posting* adalah proses mengunggah *fan fiction* yang dibuat oleh penggemar *K-Pop* ke media (Tunshorin, 2016). Proses *editing & posting* juga menunjukkan tahap-dalam menyunting dan mengunggah *fan fiction* pada *platform* Twitter. Seluruh *author* melakukan proses penyuntingan. Pada tahap ini, penggemar *K-Pop* melakukan pengoreksian dan revisi terhadap cerita yang mereka buat (Syaharani & Mahadian, 2017).

“...sebelum nulis aku tuh kaya selalu *crosscheck* berkali-kali. Misalnya kaya narasi deh, narasi tuh aku bisa baca sekitar 5 kali sebelum update. Karena aku tuh orangnya gak suka *typo* banget, jadinya itu emang yang harus aku liatin sih sebelum di upload. Kaya *typo* terus misalnya ada kata-kata yang bukan Indonesia aku italic gitu gitu. Sebenarnya kaya cuma kecil-kecil gitu sih, cuma kan kalau misalnya ada kaya kesalahan dalam menulis aku nya juga jadi gak puas terus nanti yang baca jadi kaya juga ikutan kaya kok *typo* sih kok gini sih, kaya lagi serius-serius nih baca terus kaya “Ihh kok *typo*”. Jadi kaya gak masuk dalam cerita gitu. Itu kan salah satu hal penting juga ya, walaupun cuma kaya EYD, titik, koma, gitu gitu sih. Bener, takutnya malah gak fokus ke ceritanya soalnya ada kesalahan...” (Hasil Wawancara dengan informan 1, 1 Juni 2023)

Seluruh *author* menyunting bagian yang dianggap harus diperbaiki sebelum di unggah di Twitter. Penyuntingan yang dilakukan seluruh *author* berbeda-beda. Sebagian besar *author* akan menyunting bagian yang terdapat kesalahan penulisan atau *typo*. Para *author* akan membaca ulang terkait cerita yang sudah di tulis untuk memperbaiki yang sekiranya harus diperbaiki. Ada juga *author* yang memperhatikan EYD agar mudah di pahami pembaca dan memperhatikan stampel waktu dalam penulisan. Terdapat beberapa *author* yang telah meminimalisir adanya penyuntingan, yaitu dengan membuat poin-poin penting sebelum menulis. Setelah tulisan disunting, maka *author* akan mengunggah *fan fiction* tersebut di Twitter. Hal tersebut menunjukkan proses *editing* yang dilakukan oleh para *digital author* sebelum *posting* ceritanya di Twitter.

Alasan dan Motivasi Penggemar dalam Menulis *Fan Fiction*

Melihat perkembangan *fan fiction* di Twitter, menandakan banyak penggemar yang mulai menuliskan karyanya. Tidak ada batasan saat dihubungkan dengan kreativitas, yang membuat waktu dan tempat bukan lagi alasan ketika seorang penggemar ingin membuat cerita tentang idolanya (El Farabi, 2020). Beberapa penggemar merasa banyak hal yang dapat mereka ceritakan yang berkaitan dengan idola mereka. Ditambah dengan adanya media sosial seperti Twitter yang memudahkan penggemar dalam menulis *fan fiction*. Alasan dari penggemar dalam menulis akan menunjukkan tujuannya dalam membuat *fan fiction*.

“... sebenarnya aku tuh cuma mau kaya doyan nulis gitu dari kecil cuma kan emang e... jarang kaya tersalurkan gitu kan tulisanku. Terus waktu itu juga pernah nulis di Wattpad, tapi tuh kaya aku gak terlalu suka sama platform-nya gitu. Jadi kaya semua orang bisa baca, kan kalau di Twitter kan kaya ya buat yang baca paling utama kan followers gitu gitu. Jadi yang emang udah tau “Seventeen” gitu, yang awalnya aku nulis karena emang kaya aku suka nulis gitu kan tadi. Terus karena menurutku “Seventeen” itu punya karakter yang bener-bener e... beda-beda gitu tiap orang. Unik, karena masing masing orang punya gaya dan ciri khas masing masing. Misal Dokyeom itu orangnya soft kalau sama penggemar jadi kayak sweet banget gitu, kalau Wonwoo ya keliatan banget aura pendiem dan dinginnya kan. Jadinya kaya oh ini seru nih terus akhirnya aku mulai nge-drop kaya prompt itu, terus akhirnya kaya ternyata banyak yang suka...” (Hasil Wawancara dengan informan 1, 1 Juni 2023)

Seluruh *author* memiliki alasan yang berbeda-beda untuk menulis *fan fiction*. Alasan untuk menulis mulai dari karena suka menulis, bentuk *fangirling*, dan karena penggemar usai melihat konser. Seluruh informan pernah menulis fiksi atau fan fiksi sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki alasan dalam menulis *fan fiction* tentang *boyband* “Seventeen” di Twitter.

Adanya *fan fiction* biasanya dimulai karena penggemar ingin menuliskan cerita terkait idolanya. Untuk Beberapa tahun belakangan ini, banyak penggemar *K-Pop* di Indonesia yang menikmati *Fan Fiction* berbasis lokal dari grup favorit mereka (Bangun *et al.*, 2022). Cerita tersebut yang biasa di sebut *fan fiction*, kerap disukai oleh sesama penggemar idola tersebut. Munculnya *fan fiction* di Twitter, membuat semua orang bisa membaca bahkan bila mereka bukan bagian dari penggemar idola

tersebut. Dalam menulis *fan fiction*, kebanyakan penggemar sekaligus *digital author* hanya menuliskan apa yang ingin ditulis tanpa memikirkan target pembaca.

“...awalnya aku niat itu buat “Carat” aja sih kak awalnya. Terus yaudah aku buat aja karena aku pengen biar ada bacaan gitu. Tapi ternyata setelah aku lihat di Tellonym, tello itu kaya yang anonim itu ya kak. Ada yang curhat katanya awalnya dia bukan “Carat” tapi dari cerita aku dia jadi “Carat”. Ada, kebetulan ada yang curhat kalau dia waktu itu bilanganya dari fandom lain sih kak. Terus dia curhat, banyak sih waktu itu. Biasanya Hybe stan sih kak, grup dari Hybe Label gitu biasanya yang pada into ke “Seventeen” baru-baru ini. Terus dari itu aku jadi ngerasa berarti lumayan nih bisa buat narik non-Carat buat ikut baca dan ikut nge-hype “Seventeen” juga. Cuma waktu itu aku ngerasa kaya ohh... berarti cerita aku juga bisa menjangkau selain “Carat” jadi ya kenapa gak di jadiin media buat ngenalin “Seventeen” juga ke yang gak kenal. Dari yang sebelumnya yang hanya untuk “Carat” jadi lebih universal, siapa aja bisa menikmati cerita aku...” (Hasil Wawancara dengan informan 3, 29 Mei 2023)

Seluruh *author* menunjukan *fan fiction* untuk penggemar *boyband* “Seventeen”. Banyak dari informan yang berharap agar *fan fiction* tentang *boyband* “Seventeen” dapat dibaca oleh semua kalangan. Hal tersebut dibuktikan dengan mayoritas informan yang memiliki pembaca yang bukan penggemar *boyband* “Seventeen”. Adanya pembaca yang bukan penggemar *boyband* “Seventeen” menunjukkan bahwa *fan fiction* dapat di nikmati oleh semua orang. *Fan fiction* dapat menjadi media untuk menarik khalayak umum untuk dapat mengenal *boyband* “Seventeen”.

Melihat adanya *fan fiction* di Twitter yang ditulis oleh penggemar, menandakan banyak penggemar yang mulai menuliskan karyanya. Dari fandom mereka, penulis mulai membuat teks baru menggunakan teknologi sosial digital untuk membagikan karya mereka secara digital dengan kelompok tertentu (Johnson, 2018). Tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan *fan fiction* juga sangat rumit. Meskipun proses pembuatan yang rumit, hingga saat ini masih banyak penggemar yang menulis *fan fiction*. Hal tersebut karena penggemar memiliki motivasi dalam menulis *fan fiction* tentang *boyband* “Seventeen” di Twitter.

“...yang bikin aku termotivasi kan dasarnya aku tuh suka nulis, terus aku suka sama “Seventeen” gitu jadi kenapa gak memanfaatkan kegemaran aku untuk mengasah skill menulis aku gitu. Jadi selain untuk memenuhi ekspektasi imajiansi aku, atau menuangkan ide-ide aku untuk cerita mereka tuh aku juga bisa mengembangkan kemampuan aku dalam menulis cerita-cerita yang aku buat gitu. Di sisi lain juga menghibur diri aku sendiri sih, dan menghibur orang-orang yang bisa menemukan aku gitu, itu sih motivasi aku...” (Hasil Wawancara dengan informan 4, 4 Juni 2023)

Seluruh *author* memiliki motivasi untuk menulis *fan fiction*. Motivasi antara setiap informan berbeda-beda. Motivasi untuk menulis *fan fiction* mulai dari kegemaran dalam menulis, eksistensi pembaca, dan untuk melepaskan stres. Hadirnya *boyband* “Seventeen” juga membuat seluruh informan menulis *fan fiction*. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat motivasi dibalik seorang *digital author* dalam menulis *fan fiction* di Twitter.

Dalam penulisan *fan fiction*, terlebih di Twitter pembaca kerap meninggalkan umpan balik. Pembaca dapat dengan mudah membagikan opini mereka, memberikan komentar, dan *me-retweet* bagian yang mereka sukai (Bangun *et al.*, 2022). Umpan balik dapat berupa mengomentari tulisan *fan fiction* terkait. Terdapat berbagai cara dalam menyampaikan umpan balik pada *platform* Twitter. Kebanyakan penulis akan membuat tautan untuk memberikan umpan balik dengan anonim. Hal tersebut agar pembaca dapat dengan bebas mengekspresikan opininya.

“...aku selalu membalas pertanyaan anonim, karena kan aku juga punya akun *Curiouscat* kan terus aku selalu membalas pembaca juga. Kalau ada DM yang masuk aku juga selalu balas sih karena mereka memberikan feedback gitu, kritik, saran, apresiasi juga jadi aku pasti usahakan untuk membalas DM mereka gitu. Kalau misalnya mereka quote *retweet* juga aku usahain likes terus reply juga. Seneng sih lega gitu karena aku jadi tau gimana pemikiran pembaca setelah baca update ku yang terakhir gitu. Terus mereka ternyata suka ohh... jadi seneng dan semangat gitu loh buat lanjutin update...” (Hasil Wawancara dengan informan 5, 3 Juni 2023)

Seluruh *author* mendapatkan umpan balik dari pembaca. Dalam menyampaikan umpan balik, terdapat berbagai fitur untuk digunakan. Seluruh informan memanfaatkan *platform* pesan anonim, agar pembaca dapat dengan bebas menuliskan opininya. Umpan balik yang diberikan pembaca, membuat seluruh informan bahagia. Hal tersebut membuktikan bahwa umpan balik yang diberikan pembaca juga mempengaruhi perasaan penulis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Produksi teks merupakan kegiatan seorang *author* dalam membuat sebuah karya *fan fiction*. *Fan fiction* yaitu sebuah karya tulisan berupa cerita fiksi yang ditulis oleh penggemar dengan tokoh atau karakter idolanya. Dalam pembuatan *fan fiction*, *author* melewati beberapa proses. Proses tersebut meliputi tahap visualisasi, proses kreatif, proses menulis, dan proses *editing & posting*. Dalam tahap visualisasi, *author* akan menuangkan karakter dari idolanya dengan menggunakan aplikasi pesan/obrolan palsu hingga akun media sosial palsu. Gaya penulisan dalam berkirim pesan, cara menghadapi suatu masalah, dan gambar dari idola itu sendiri merupakan cara *author* menggambarkan karakter idolanya.

Untuk tahap kreatif *author* melakukan pencarian ide cerita, membuat alur/plot, membuat karakter tokoh idola, dan observasi. Bila *author* telah mendapatkan ide, maka ide tersebut akan diolah dengan sudut pandang *digital author* dalam menentukan alur atau karakter. Observasi dalam mencari informasi yang dilakukan *author*, untuk mendukung cerita *fan fiction* agar lebih terasa nyata. *Author* menuliskan ide, alur, bahkan konflik yang dimilikinya agar dapat mengingat ide yang di miliki. Dalam proses menulis *author* menuliskan idenya *author* menuangkan dalam bentuk sinopsis dan kerangka kasar, alur hingga pembuatan judul sekaligus, dan menuliskan poin penting.

Sedangkan untuk proses *editing & posting*, *author* menyunting bagian yang dianggap harus diperbaiki sebelum diunggah di Twitter. Sebagian besar *author* akan menyunting bagian yang terdapat kesalahan penulisan atau *typo*. Tujuan dari *author* menulis *fan fiction*, karena *author* memiliki ide terkait *boyband* Seventeen yang ingin dituangkan dalam bentuk *fan fiction*. Selain itu *author* memiliki rasa suka menulis, sehingga *fan fiction* yang ditulis pada *platform* Twitter dapat menjadi wadahnya untuk berkembang sekaligus menjadi bentuk dukungan terhadap idolanya. Kehadiran *fan fiction* bukti bahwa penggemar bukan komunitas pasif yang hanya mengkonsumsi media, namun penggemar aktif yang dapat memproduksinya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi beberapa *digital author* perlu membuat variasi dari visualisasi dan topik cerita terkait anggota *boyband* Seventeen, agar semakin banyak pembaca *fan fiction* yang tertarik.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya menggunakan *platform* media sosial Twitter, sehingga bagi peneliti selanjutnya bisa meneliti untuk *platform* media sosial yang lain dan bisa menggunakan produksi teks selain pada penelitian ini
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya meneliti *author* yang merupakan penggemar *boyband* Seventeen, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti grup idola lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, C. (2014). *Peran Komunitas Online Fanfiction dalam Mengembangkan Literasi Media Sebagai Praktik Reproduksi Kultural*. 1–16. journal.unair.ac.id/download-fullpapers-lnebd693d2c5full.pdf
- Bangun, C. R., Kumoralalita, N., & Sukur, G. F. F. (2022). Studying Fandom Online: a Case Study of Twice and Stray Kids Fandom on Fan Fiction Practices of @Eskalokal and @Gabenertwice on Twitter. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 200–219. <https://doi.org/10.56353/aspiration.v1i2.18>
- Booth, P. (2018). A Companion to Media Fandom and Fan Studies. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 1–563. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>
- Creswell. (2008). *The Selection of a Research Design* (pp. 3–22).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Duffet, M. (2013). Understanding Fandom an Introduction to The Study of Media Fan Culture. In *Bloomsbury*.

- El Farabi, Q. N. S. (2020). Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 34–52. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1267>
- Johnson, M. J. (2018). Digitally-social genre fiction: citizen authors and the changing power dynamics of writing in digital, social spaces. *Textual Practice*, 34(3), 399–417. <https://doi.org/10.1080/0950236X.2018.1508067>
- Kusuma, A., Putri Purbantina, A., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238–251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Pearson, R. (2010). Fandom in the digital era. In *Popular Communication* (Vol. 8, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/15405700903502346>
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Saklana, Johny, Mathews B. Miles, and A. Michael Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*. Sage Publication, Hlm.8-10
- Seventeen Cetak Rekor Baru K-pop Lewat Album FML. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230502094749-227-944130/seventeen-cetak-rekor-baru-k-pop-lewat-album-fml/amp> Diakses pada tanggal 26 Mei 2023.
- Syahrani, N., & Mahadian, A. B. (2017). Perilaku Menulis Fanfiction oleh Penggemar KPOP di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(2), 200–219.
- Tofani, A. Z. (2023). *Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat)*. 1, 349–357.
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191>
- Wahyuningtyas, V. N., & Kusuma, A. (2021). Interweaving Identity and Digital Fandom Social Movements: A Case Study of the “BTS Army Indonesia Peduli Bencana.” *Simulacra*, 4(2), 247–259. <https://doi.org/10.21107/sml.v4i2.12007>
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Yuniasti, K. R. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter @ARMYTEAMIID Sebagai Media

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 3 (2024) 996-1017 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i3.4454

Komunikasi di Kalangan Fans BTS (ARMY). *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 198-216.
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.168>