

SKRIPSI

Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)

Disusun dan Diajukan Oleh

NUR HIKMAH

E071181320



DEPARTEMEN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

HALAMAN JUDUL

**Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus
Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**

Oleh:

NUR HIKMAH

E071181320

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Hikmah

NIM : E071181320

Program Studi : Antropologi Sosial

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

"Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)"

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pegambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 28 Maret 2023



Yang Membuat Pernyataan

Nur Hikmah

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus

Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)

Disusun dan diajukan oleh

NUR HIKMAH

E071181320

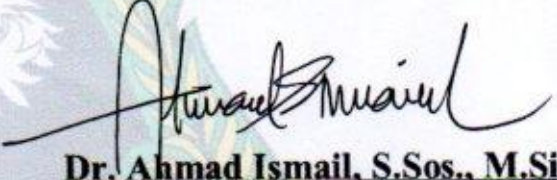
Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Pada tanggal 27 Maret 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui:

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Dr. Safriadi, S.IP., M.Si.
NIP.19740605 200812 1 001


Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si
NIP. 198706202021 0 7 3 001

Mengetahui:

**Ketua Departemen
Antropologi Universitas
Hasanuddin**


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

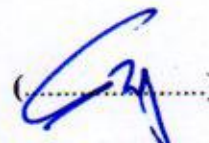
HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Makassar pada hari Senin, 27 Maret 2023 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

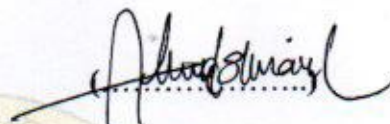
Makassar, 28 Maret 2023

Panitia Ujian

Ketua : Dr. Safridi, S.IP., M.Si.
NIP. 19740605 200812 1 001

()

Sekretaris : Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.
NIP. 198706202021 0 7 3 001

()

Anggota : 1. Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1001


()

2. Dra.Hj. Nurhadelia F.L., M.Si
NIP. 19600913 198702 2 001

()

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)**” dengan baik sesuai kemampuan diri sendiri. Penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Saya sadar akan kesalahan dan ketidaksempurnaan yang terdapat dalam skripsi ini baik dalam bentuk isi, tata cara penulisan, serta penyajiannya yang begitu kurang dari apa yang diharapkan, oleh karena itu besar harapan saya kepada pembaca agar meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan kualitas diri dalam penelitian maupun penulisan kedepan.

Saya sangat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang kemudian dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Kebenaran datangnyanya dari Allah SWT dan kesalahan datangnyanya dari diri penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Makassar, Maret 2023

Penulis,

Nur Hikmah

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya doa dan dukungan yang diberikan dari berbagai pihak. Cukup banyak kesulitan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, tetapi Alhamdulillah dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. serta keluarga dan sahabat tercinta yang sejatinya menjadi sumber kekuatan dan pendengar sejati dari curahan hati yang penulis rasakan dalam menjalankan studi. Gelar dan karya ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, **Asse Damma** dan **Erni** yang telah membesarkan penulis dengan cinta dan kasihnya yang sangat tulus dan juga mendoakan penulis sehingga bisa melewati proses ini. Terima kasih juga kepada kakak saya **Muhammad Juhari** dan Istrinya **Arinda Rusli**, serta kedua adik saya **Muhammad Akmal** dan **Muhammad Hafiz**, dan tak lupa juga keponakan saya yang lucu dan menggemaskan **Aralyn Maudy**, yang menjadi penyemangat bagi penulis untuk segera menyelesaikan masa studi.

Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang lain yang berjasa dibalik selesainya skripsi ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak **Dr.Ahmad Ismail S.Sos, M.Si.**, dan bapak **Dr.Safriadi S.IP, M.Si.**, selaku dosen pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberikan perhatian dalam pendampingan selama proses penulisan skripsi ini.

Terima kasih juga kepada Bapak **Dr.Yahya, MA.** dan Ibu **Dra.Hj.Nurhadeliah FL.,M.Si.** selaku penguji ujian skripsi saya sekaligus dosen departemen antropologi atas ilmu dan kebaikan hatinya dalam mengajari saya selama menjadi mahasiswa Antropologi.

Penulis dengan hormat menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar.
2. **Dr. Phil. Sukri, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
3. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si** selaku Ketua Departemen dan **Muhammad Neil, S.Sos, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
4. Dosen atau staf pengajar Departemen Antropologi Sosial **Dr.Yahya, MA; Prof. Dr. H.Mahmud Tang, MA; Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D; Prof. Dr. H. Hamka Naping, MA; (alm.) Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA; Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA; Dra.Hj.Nurhadeliah FL.M.Si; Prof. Dr. Ansar Arifin, MS; Dr.Tasrifin Tahara, M.Si; Dr.Muhammad Basir, MA; Dr.Safriadi, S.Sos.,M.Si; Ahmad Ismail, S.Sos.,M.Si; Muhammad Neil, S.Sos.,M.Si; Icha Musywirah Hamka, S.Sos,M.Si; dan Hardiyanti Mungsi, S. Sos.,M.Si.,** yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.

5. Staf akademik Departemen Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin **Ibu Anni** dan **Ibu Darma**, yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
6. **Dhenia Lizariani Hafsa (Acha)**, teman seperjuangan saya dari SMK hingga saat ini yang sangat banyak memberikan bantuan kepada penulis baik dari segi akademik maupun non akademik.
7. Pasukan ELIT, **Islah, Nini, Akmal, Rani, dan Nonnong**, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan juga semangat kepada penulis.
8. Pasukan Pantil Halilintar, **Muti, Dinda, Yana, Syamsi, Syifa, Puthe, Mey, Aruni, Meta, dan Ranty**, yang sangat membantu penulis jika penulis membutuhkan *moodbooster* di kala suntuk mengerjakan skripsi.
9. Pasukan LTG, **Popy, Muti, Nata, Qisthi, Eki, Aruni, Disa, Reika, dan Mahar**, yang membantu penulis memberikan solusi agar tetap waras dikala banyaknya pertanyaan dan pernyataan yang mengena di hati.
10. Seluruh teman-teman **angkatan 2018 Altair**, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, terima kasih sudah berjuang bersama menyelesaikan pendidikan ini.
11. Teman-teman roleplay, **Jeyya, Savanna, Julen, dan Alana**, terima kasih atas pertemanan tulus yang kalian berikan buat penulis, terima kasih juga telah menemani penulis menjelajahi dunia roleplay, serta menjadi inspirasi buat penulis.
12. Terakhir dan yang paling penting untuk diri sendiri, **NUR HIKMAH, YOU ARE THE BEST, I'M SO PROUD OF YOU!** Terima kasih sudah berjuang dengan baik!

Nur Hikmah (E071181320) “Analisis Jaringan Sosial Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie)” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Bawah Bimbingan oleh Dr. Safriadi, S.IP, M.Si dan Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.

Abstrak

Berkembangnya teknologi menghadirkan media sosial sebagai salah satu media untuk bersosialisasi satu sama lain salah satunya media sosial Twitter. Selama beberapa tahun terakhir, Twitter telah menjadi tempat hiburan bagi sebagian besar penggunanya dalam hal bermain peran (roleplaying). Sedikit banyak pengguna twitter merupakan penggemar budaya korea yang akhirnya mencari hiburan dengan bermain peran (roleplaying) sebagai idol/aktor Korea. Pengguna yang bermain peran akan melakukan interaksi dengan *roleplayer* lain tanpa menggunakan naskah sehingga para roleplayer dituntut untuk dapat memahami karakter yang dimainkannya mulai dari sifat, tindakan hingga cara berpikir.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola interaksi, konten interaksi dan kepadatan konten interaksi roleplay dengan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA). Subjek dalam penelitian ini adalah *roleplayer* yang menggunakan karakter aktor Kim Taehyung & Kim Jennie dan memainkan perannya di media sosial Twitter. Sumber data dalam penelitian ini berupa jejak digital dari banyaknya percakapan yang terjadi di media sosial twitter pada akun roleplayer aktor Kim Taehyung & Kim Jennie. Proses pengambilan data dalam penelitian ini yaitu dengan teknik crawling menggunakan software Netlytic.

Hasil penelitian menunjukkan pola interaksi yang dilakukan oleh roleplayer dari aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie menghasilkan pola interaksi asosiatif dan pola komunikasi interpersonal (antarpribadi) dengan jenis konten yang dibahas ialah topik yang sedang *trending* pada saat dilakukannya penelitian. Sedangkan untuk melihat kepadatan konten interaksi roleplayer pada aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie penelitian ini menggunakan software *Gephi* yang menunjukkan bahwa *username @laviedenoona* dan *username @blackpinkglobal* yang memiliki jaringan terpadat.

Kata Kunci: *Roleplay, Social Network Analysis, dan Twitter.*

Nur Hikmah (E071181320) “Social Network Analysis of Roleplayer on Social Media Twitter (Case Study of Actors Kim Taehyung and Kim Jennie)” S.1, Department of Anthropology, Faculty of Social and Political Science, Hasanuddin University Under Guidance by Dr. Safriadi, S.IP, M.Si and Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.

Abstract

The development of technology presents social media as a medium for socializing with one another. Twitter is an example of that mentioned media. Over the last few years, Twitter has become a place of entertainment for most of its users when it comes to imitating a figure (roleplaying). A lot of Twitter users who are also fans of Korean culture end up looking for entertainment by roleplaying the Korean idols/actors. Twitter users who portrayed the public figures will interact with the other roleplayers without using scripts so that roleplayers are required to be able to understand the character they are portraying, including the personality, actions and even to ways of thinking of figure that they're portrayed.

This study aims to analyze interaction patterns, interaction content and the density of the roleplayers interaction content using the Social Network Analysis (SNA) method. The subjects in this study are roleplayers who used Kim Taehyung & Kim Jennie as their muse and portrayed them as roleplayers on Twitter. The data source in this study is in the form of digital traces from various conversations that can be found on the Twitter account of Kim Taehyung & Kim Jennie's roleplayer accounts. The data collection process in this research is crawling technique while using Netlytic software.

The results showed that the interaction patterns carried out by the roleplayers of Kim Taehyung and Kim Jennie resulted in associative interaction patterns and interpersonal communication patterns with the type of content that were discussed was a trending topic at the time of the research. Meanwhile, to find out the density of roleplayer interaction content of Kim Taehyung and Kim Jennie, this study used the Gephi software which shows that the username @laviedenoona and username @blackpinkglobal have the densest network.

Keywords: *Roleplay, Social Network Analysis, and Twitter.*

Daftar Isi

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Konseptual	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Interaksi.....	14
2.1.3 Pola Interaksi	17
2.1.4 Roleplay	24
2.1.5 Social Network Analysis (SNA).....	30
2.1.6 Konsep Peran	31
2.1.7 Twitter	33
2.2 Penelitian Terdahulu	38
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Sumber Data Penelitian	43
3.3 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	43
3.3.1 <i>Crawling</i> Data.....	45
BAB IV.....	49

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pola Interaksi dari Roleplayer Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie	49
4.2 Konten Interaksi dari Roleplayer Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie	63
4.3 Kepadatan Interaksi	74
4.3.1 Struktur Jaringan.....	74
BAB V	85
PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Jaringan Sosial	23
Gambar 2. 2 Logo Twitter	34
Gambar 3. 1 Contoh Jaringan	43
Gambar 3. 2 Tahapan Crawling Data.....	46
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Data Yang Berhasil Diambil Dari Media Sosial Twitter	47
Gambar 4. 1 Interaksi Akun Roleplayer Kim Taehyung, Kim Jennie dan Roleplayer Lain	52
Gambar 4. 2 Pola Interaksi Komunikasi	61
Gambar 4. 3 Pola Interaksi Antara Akun Base Dan Akun Roleplay	62
Gambar 4. 4 Pola Interaksi Akun Roleplay	63
Gambar 4. 5 Pola Interaksi Akun Roleplay	64
Gambar 4. 6 Interaksi Tanggapan Dan Umpan Balik Akun Roleplayer	66
Gambar 4. 7 Intreraksi Yang Dilakukan Oleh Akun Roleplayer Kim Jennie	69
Gambar 4. 8 Interaksi yang Dilakukan Oleh Beberapa Akun Roleplay yang Membahas Tentang Aktor Kim Taehyung	72
Gambar 4. 9 Struktur Jaringan Pada Interaksi Aktor Kim Jennie	77
Gambar 4. 10 Tweet (cuitan) dari Aktor dengan tingkat degree yang tinggi yaitu sebanyak 214 relasi	79
Gambar 4. 11 Struktur Jaringan Aktor Kim Jennie.....	80
Gambar 4. 12 Struktur Jaringan Pada Interaksi Aktor Kim Taaehyung	81
Gambar 4. 13 Tweet (cuitan) dari Aktor dengan tingkat degree yang tinggi yaitu sebanyak 214 relasi.....	82
Gambar 4. 14 Struktur Jaringan Aktor Kim Taehyung.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern seperti saat ini, manusia sudah tidak asing lagi dengan internet. Munculnya internet membuat masyarakat dapat berkeliling dunia dengan mudah dan cepat tanpa harus beranjak dari tempatnya berada menggunakan komputer, handphone, atau gadget lain yang dimiliki. Internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisir di seluruh dunia melalui telepon atau satelit berinternet. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan mengakses informasi. Mengakses internet saat ini sudah lebih mudah.

Era globalisasi membawa dampak pada perkembangan teknologi dan informasi. Teknologi buatan manusia yang semakin canggih menciptakan berbagai alat yang memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas manusia. Munculnya berbagai macam alat komunikasi salah satunya melalui aplikasi. Berkembangnya teknologi membuat banyak bermunculan aplikasi yang lebih interaktif antara user dan aplikasi, sekaligus mendukung pengembangan aplikasi yang mendukung interaksi antar user. Aplikasi yang sangat banyak berkembang adalah aplikasi media sosial. Dengan aplikasi yang bermunculan ini sangat dimungkinkan untuk kemudian dianalisis terkait dengan berbagai segi terhadap jejaring sosial yang terbentuk.

Indonesia sebagai salah satu pengguna akses internet telah mencapai 63 juta orang, dimana 95% dari jumlah tersebut menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Salah satu platform yang dapat diakses menggunakan jaringan internet yaitu media sosial. Hadirnya media sosial di era globalisasi saat ini sangat membantu masyarakat. Media sosial adalah sebuah media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berkomunikasi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, forum, serta dunia virtual. Saat ini media sosial telah menjadi sebuah tren di kalangan masyarakat (Kominfo, 2013)

Adanya media sosial sendiri telah menjadi fenomenal. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, hingga WhatsApp adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati banyak orang. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi telah menjadi sebuah kebiasaan di tengah masyarakat saat ini. Oleh karena itu tak heran sebagian besar masyarakat memiliki berbagai macam media sosial. Saat ini pemanfaatan media sosial tak hanya sebatas wadah untuk berkomunikasi dan saling bertukar informasi, perkembangan teknologi nampaknya membuat aplikasi media sosial menjadi sebuah peluang menghadirkan keuntungan bagi pengguna yang mampu memanfaatkannya.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dilihat atau di kreasikan oleh pengguna media sosial tersebut, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual untuk berbagi data, seperti audio dan juga video. Berkembangnya teknologi informasi dan semakin menariknya fitur-fitur yang

tersedia media sosial, penggunaan media sosial menjadi sebuah keharusan dalam lingkungan sosial saat ini. Salah satu media sosial yang menjadi sebuah tren di kalangan masyarakat baik di kalangan remaja maupun orang dewasa ialah media sosial Twitter.

Sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak, twitter semakin terkenal di kalangan anak muda. Media sosial Twitter mencapai jumlah pengguna sebesar 18,45 juta pada 2022 hanya di Indonesia. Jumlah tersebut setara dengan 4,23% dari total pengguna Twitter di dunia yang mencapai 436 juta. Besarnya pengguna media sosial Twitter menandakan bahwa media sosial ini menjadi salah satu media sosial terfavorit yang digunakan oleh masyarakat (We Are Social, 2022)

Saat ini penggunaan Twitter tak hanya sekedar menjadi tempat untuk saling berkomunikasi, tetapi penggunaan Twitter telah berkembang selama beberapa tahun belakangan ini. Twitter sebagai sarana yang sangat digemari oleh kaum muda untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dengan seseorang hingga menyampaikan suatu ide maupun pendapat akan berbagai hal. Bahkan saat ini, Twitter telah menjadi tempat bagi seseorang berjualan hingga sebagai sarana hiburan. Salah satu hiburan yang paling banyak digemari oleh sebagian besar pengguna twitter adalah hal-hal yang berbau budaya korea seperti bermain peran (roleplaying) sebagai idol/aktor.

Sedikit banyak pengguna twitter yaitu para penggemar budaya korea yang didominasi oleh para remaja. Penyebaran hallyu berawal mulai dari media massa yang membantu dalam mengembangkan kebudayaan Korea lalu

dengan kemunculan media baru yang didukung oleh fasilitas yang lebih mudah diakses, sehingga para pengguna media baru pun menjadi lebih banyak mengetahui segala kegiatan budaya pop di Korea setiap harinya karena salah satu kelebihan media ini adalah tidak terbatas waktu. Budaya korea telah menyebar ke berbagai penjuru dunia. Adanya akses media sosial semakin mempermudah penggemar budaya korea untuk semakin gencar dalam mengetahui fenomena budaya korea yang tengah menjadi sebuah tren.

Media baru pun menumbuhkan aktivitas baru yang berkaitan dengan budaya pop Korea, yaitu Roleplay. Sejarah singkat mengenai Roleplay, pertama kali muncul di media sosial Twitter. Rata-rata Roleplay dimainkan oleh mayoritas remaja Indonesia yang diantaranya mereka menyukai idola K-Pop, Barat, serta tokoh Anime. Secara ringkas, mereka para penggemar akan membuat sebuah akun Twitter lalu melakukan kegiatan seperti update status di Timeline selayaknya mereka sedang memainkan karakter atau dari tokoh tersebut.

Menurut Acsha & Affandi (2015) keunikan dari Roleplay adalah bermain dengan imajinasi. Permainan peran ini atau disebut socio-drama merupakan dramatisasi dari berbagai eksplorasi yang timbul dalam pergaulan dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya. Dengan menjadi representasi dari tokoh idola, para fans mendapatkan pengalaman emosi kedekatan yang dibutuhkan oleh imajinasinya. Dengan bermain peran selayak tokoh idola di kehidupan sehari-hari bersama para Roleplayer lainnya dapat mengantarkan ekspresi kekaguman mereka sehingga tampak begitu menarik (Safitri, 2014).

Dalam media sosial Twitter, Roleplayer akan berperilaku seolah-olah dirinya ialah karakter idola yang sedang ia perankan, melalui identitas foto profil, username, biodata, dan penampilannya di timeline yang berkaitan dengan idola asli.

Pada saat ini banyak roleplayer yang bermain di media sosial twitter, antara lain roleplayer penggemar Korea Selatan. Sebenarnya tidak hanya bermain peran artis Korea Selatan, ada juga bermain peran artis dari negara lain. Tetapi tidak seaktif dengan bermain peran artis Korea Selatan. Budaya pop-culture Korea Selatan lebih dikenal dengan istilah korean wave yang membuat penggemar loyal akan budaya dan artis dari negeri ginseng tersebut dan senang turut mengambil bagian dalam kegiatan penggemar, salah satunya yaitu roleplaying.

Para roleplayer tidak saling mengenal secara langsung di kehidupan nyata dengan karakter idola yang mereka mainkan namun mereka bermain roleplay menggunakan karakter idola mereka dengan sukarela dan tanpa menerima bayaran. Roleplay dianggap sebagai media penyaluran kecintaan penggemar sebagai fans untuk sang idola dengan cara memerankan idola tersebut. Para roleplayer memilih menggunakan karakter yang mereka sukai dan juga terkenal di kalangan manapun, contohnya seperti aktor Kim Taehyung dari boy group BTS, dan aktris Kim Jennie dari Girl Group Blackpink. Kedua aktor ini sering dipasangkan sebagai pasangan dalam dunia roleplay.

Roleplayer berinteraksi dengan identitas karakter yang mereka pilih tanpa menggunakan naskah atau diarahkan oleh sutradara dalam bermain peran seperti di film sehingga para roleplayer dituntut untuk dapat memahami karakter yang dimainkannya mulai dari sifat, tindakan, hingga cara berpikir, dan juga kegiatan roleplaying ini secara tidak langsung dapat meningkatkan citra pemainnya sebagai seorang roleplayer. Berdasarkan penjelasan diatas maka dari itu peneliti memilih untuk meneliti Pola Interaksi Sesama Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Kasus pada Aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai fenomena imitasi dan juga perilaku roleplayer yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan fokus permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana pola interaksi dari roleplayer aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA)?
2. Apa saja konten interaksi yang terjadi dari roleplayer aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie di media sosial twitter menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA)?
3. Bagaimana kepadatan konten interaksi dari roleplayer aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie di media sosial twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pola interaksi yang terjadi dari roleplayer aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie dengan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA)?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis konten apa saja yang dibahas olehroleplayer dari aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie.
3. Untuk mengetahui kepadatan konteks interaksi dari roleplayer aktor Kim Taehyung dan Kim Jennie dengan menggunakan visualisasi grafik/gambar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan Antropologi, terutama dalam bidang kajian budaya. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan informasi dalam pengembangan ilmu yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat kepada peneliti dalam memahami penelitian karya ilmiah, bagaimana mengaplikasikan teori dalam fenomena sehari-hari, menganalisa realita di lapangan serta merelevansikan teori yang dipelajari semasa perkuliahan serta pengimplementasiannya saat di lapangan.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta rujukan yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian-penelitian di bidang Antropologi selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Konseptual

2.1.1 Komunikasi

Setiap hari manusia membutuhkan dan senantiasa berusaha membuka serta menjalin komunikasi atau hubungan dengan sesamanya. Dalam hubungan tersebut terjadilah proses sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi dan komunikasi. Dalam setiap interaksi berlangsung peristiwa komunikasi. Individu yang dapat berkomunikasi secara efektif dengan orang lain dan lingkungan yang dihadapinya akan membawanya ke arah pertumbuhan diri yang lebih maju. Sebaliknya, individu yang tidak dapat berkomunikasi secara efektif atau banyak mengalami kegagalan dalam berkomunikasi dengan orang lain, akan banyak mengalami hambatan dalam pertumbuhan dirinya.

Setiap hari semua orang selalu berbicara tentang komunikasi. Ketika manusia dilahirkan, kita tidak serta merta dibekali dengan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif, yaitu komunikasi saat makna yang ditangkap oleh penerima pesan sama dengan makna yang diinginkan oleh pengirim pesan. Secara etimologi komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “cum” atau kata depan yang berarti “dengan” atau bersama dengan dan kata “unus” atau sebuah kata bilangan yang berarti “satu”. Dua kata tersebut membentuk kata benda yakni “Communio”, Communio ini dalam bahasa Inggris disebut sebagai Communion yang memiliki arti yaitu kebersamaan, persatuan,

persekutuan gabungan, pergaulan atau hubungan. Oleh karena itu, untuk berkomunikasi diperlukan usaha dan kerja maka kata itu dibentuk menjadi kata kerja *Communicare* sehingga artinya menjadi “membagi sesuatu dengan seseorang tukar menukar, bercakap-cakap, berteman, bertukar pikiran, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, berhubungan berpartisipasi atau memberitahukan.

Dian & Mashoedi (2012), menegaskan bahwa komunikasi bukanlah semata sebagai sebuah ilmu pengetahuan, melainkan juga sebuah seni dalam bergaul. Manusia tidak saja harus memahami proses komunikasi, tetapi juga mampu menerapkannya secara kreatif dalam pergaulannya sehari-hari, sehingga makna pesan dapat dimiliki secara bersama di antara individu yang berkomunikasi.

Keterampilan dalam berkomunikasi bukanlah merupakan bawaan melainkan harus dipelajari agar manusia dapat menjalin hubungannya dengan orang lain secara berkualitas. Kita dapat memaknakan komunikasi sebagai sesuatu: 1) yang dapat dipahami; 2) sebagai hubungan atau saling hubungan; 3) saling pengertian; dan 4) sebagai pesan. Menurut Agus (2003), Komunikasi diartikan sebagai pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran atau hubungan. Komunikasi ini juga dapat dibedakan lagi ke dalam beberapa bentuk, pembagian komunikasi dari segi penyampaiannya ada komunikasi lisan maupun tertulis, dari beberapa sumber kini menambahkan komunikasi elektronik.

Pada hakekatnya, komunikasi merupakan suatu cara untuk dimana

manusia mempertahankan hidupnya dan komunikasi interpersonal merupakan salah satu bagian aspek pendukung komunikasi yang penting bagi kehidupan kita. Komunikasi interpersonal mempunyai peran dalam menciptakan kebahagiaan hidup manusia diantaranya; komunikasi interpersonal membantu perkembangan intelektual dan sosial kita, identitas atau jati diri kita terbentuk melalui komunikasi dengan orang lain. Untuk memahami realitas disekeliling kita, kita perlu pengertian orang lain.

Gordon I. Zimmerman et al. juga merumuskan bahwa manusia dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar, yaitu: (1) Manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhannya, seperti memenuhi kebutuhan hidup keseharian; (2) Manusia berkomunikasi untuk menciptakan memupuk hubungan dengan orang lain; (3) Dari kriteria di atas dapat dirumuskan bahwa, berkomunikasi mempunyai dua fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan individu dengan individu lainnya (Deddy Mulyana, 2005).

Menurut Lasswell, (dalam Onong & Effendy, 2009) mengatakan bahwa “komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. Komunikasi antar manusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner, selain itu komunikasi juga merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode

lainnya. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi juga merupakan pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama dengan adanya proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran atau media tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu. Komunikasi adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya, atau tampilan pribadi, atau hal lain di sekelilingnya yang memperjelas makna (Liliweri, 2013).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat dirangkum bahwa komunikasi merupakan suatu media informasi penyampaian pesan. Sebagai sebuah media edukatif atau pendidik, ia berusaha untuk mengubah pendapat dan perilaku sesuai dengan yang dikehendaki oleh si penggagas ide atau penyampai pesan yang disebut sebagai komunikator. Selain itu, dapat juga dianggap menjadi media hiburan karena pesan yang disampaikan dapat menimbulkan kegembiraan atau sebagai hiburan. Dengan demikian, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan yang di dalamnya juga terkandung pesan-pesan dan makna tertentu. Hal tersebut disampaikan melalui media atau saluran sebagai kendaraan yang akhirnya menimbulkan efek atau perubahan bagi penerima pesan.

Beberapa definisi komunikasi diatas, tampak adanya sejumlah komponen penting atau unsur yang dicakup yang merupakan prasyarat

terjadinya sebuah komunikasi. Komponen-komponen tersebut meliputi: (1) Komunikator adalah orang yang berkomunikasi atau orang yang menyampaikan pesan; (2) Komunikan adalah orang yang diajak berkomunikasi atau orang yang menerima pesan; (3) Pesan adalah ide, gagasan atau pikiran yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan; (4) Efek adalah tanggapan atau respon dari proses komunikasi, baik respon tersebut itu positif ataupun negatif; (5) Media adalah sarana atau saluran komunikasi, tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan (Ilahi, 2010).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan itu berupa keyakinan, kepastian dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Adakalanya seseorang menyampaikan buah pikirannya kepada orang lain tanpa menampakkan perasaan tertentu ketika seseorang menyampaikan perasaannya kepada orang lain tanpa pemikiran. Tidak jarang pula seseorang menyampaikan pikirannya disertai perasaan tertentu, disadari atau tidak disadari. Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran dan perasaan tidak terkontrol.

Ada dua jenis komunikasi yang dilakukan setiap orang dalam hidupnya. Dua jenis itu yaitu komunikasi intrapersonal (intrapribadi) dan

komunikasi interpersonal (antarpribadi). Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan dirinya sendiri. Di kepalanya, dia melakukan penilaian, perenungan dan perasaan yang berhubungan dengan komunikasi internal. Berkomunikasi dengan diri sendiri melibatkan proses sensasi, asosiasi, persepsi memori, dan berpikir untuk tujuan berpikir, berargumentasi, menganalisis dan berefleksi. Sedangkan komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi melalui pertukaran ide dan informasi antara dua orang atau lebih melalui media yang berbeda. Komunikasi ini terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka, online, melalui telepon atau secara tertulis.

2.1.2 Interaksi

Manusia tidak luput dengan perannya sebagai makhluk sosial yang tak pernah lepas berinteraksi, tidak hanya pembicaraan hal yang penting namun pembicaraan ringan terkadang menjadi hal yang sangat penting untuk menambah informasi. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata interaksi berarti saling mempengaruhi, saling menarik, saling meminta, dan memberi. Menurut Achmadi dan Shyadi (dalam Djamarah, 2010) interaksi adalah sebagai suatu gambaran atau deskriptif yang berasal dari dua arah yang dalam ikatan tujuan pendidikan, dan saling mempengaruhi antara pihak tertentu

Interaksi merupakan hubungan-hubungan yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang-perorangan, antara kelompok-

kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Sementara menurut Thibaut dan Kelley (dalam Ali dan Asrori, 2018) interaksi adalah suatu peristiwa saling mempengaruhi satu sama lain ketika dua orang atau lebih hadir bersama, yang kemudian mereka menciptakan suatu hasil satu sama lain atau berkomunikasi satu sama lain. Dari pengertian interaksi di atas, dapat disintesis bahwa interaksi adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran.

Para ahli Sosiologi lebih sering menggunakan istilah interaksi sosial, yang jika dirumuskan interaksi merupakan gambaran "aksi seseorang atau sekelompok orang" yang mendapat "reaksi dari seseorang atau sekelompok orang lainnya". Aksi dan reaksi tersebut disederhanakan dalam satu konsep yang disebut interaksi sosial atau lebih tepatnya disebut "antaraksi" (Giddens, 2006). Interaksi sosial merupakan hubungan antar manusia yang sifat dari hubungan tersebut adalah dinamis artinya hubungan itu tidak statis, selalu mengalami dinamika. Interaksi sosial tidak cukup hanya dijelaskan sebagai hubungan timbal balik antarmanusia berdasarkan pola-pola tertentu, sebab interaksi sosial tetap berdasarkan pada ciri-ciri atau karakter tertentu. Agar dapat dikategorikan sebagai bentuk interaksi, maka hubungan timbal balik antarmanusia tersebut harus memiliki kriteria tertentu, yaitu:

Harus ada pelaku yang jumlahnya lebih dari satu. Kriteria ini merupakan prasyarat mutlak sebab tidak akan mungkin akan terjadi aksi dan reaksi dari tindakan manusia jika tidak ada teman atau lawan yang terlibat

dalam proses tersebut. Ada komunikasi antar pelaku dengan menggunakan simbol-simbol. Yang dimaksud dengan simbol-simbol dalam hal ini adalah benda, bunyi, gerak atau tulisan yang memiliki arti. Adapun komunikasi merupakan hubungan timbal balik antara seseorang atau sekelompok orang dengan pihak lain dengan menggunakan simbol-simbol yang berupa suara, tulisan, gerakan sehingga kedua belah pihak terjadi saling menafsiri apa yang sedang dilakukannya. Ada dimensi waktu (yaitu: lampau, kini, dan mendatang) yang menentukan sifat aksi yang sedang berlangsung. Interaksi sosial akan senantiasa terjadi dalam ruang dan waktu, artinya kapan dan di mana.

Interaksi sosial dilihat dari bentuknya terdapat dua bentuk yang pokok, yaitu integrasi dan konflik. Menurut Clegg & Legare (dalam Elly, 2020) imitasi merupakan tindakan manusia untuk meniru tingkah laku orang lain yang berada di sekitarnya. Imitasi banyak dipengaruhi oleh tingkat jangkauan inderanya, yaitu sebatas yang dilihat, didengar, dan dirasakan. Menurut Cooley, sugesti dipahami sebagai tingkah laku yang mengikuti pola-pola yang berada di dalam dirinya, yaitu ketika seseorang memberikan pandangan atau sikap dari dalam dirinya lalu diterimanya dalam bentuk sikap dan perilaku tertentu. Dari sugesti tersebut, kemudian memunculkan norma-norma dalam kelompok, prasangka sosial (social prejudices), norma (susila), dan sebagainya. Menurut Cronin & King, identifikasi timbul ketika seseorang mulai sadar bahwa di dalam kehidupan ini ada norma-norma atau peraturan-peraturan yang harus dipenuhi, dipelajari, atau ditaatinya.

Empati adalah kelanjutan dari simpati berupa perbuatan nyata untuk mewujudkan simpatinya. Empati merupakan salah satu aspek kognisi sosial yang memainkan peran penting pada saat individu merespons emosi orang lain dalam rangka membangun hubungan dengan orang lain (Spreng et al., 2009). Menurut Efendi (dalam Djafri, 2014) empati merupakan bagian dari kecerdasan emosi berupa kemampuan mengenali perasaan diri kita sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri dan kemampuan mengelola emosi dengan baik pada diri sendiri dan dalam hubungannya dengan orang lain.

Di media sosial twitter interaksi dapat dibangun dengan berbagai cara seperti melalui tweets, personal message, komentar, like. Dalam dunia roleplay pada media social twitter bentuk interaksi yang dapat dilakukan oleh roleplayer adalah dalam bentuk reply tweets, retweet, mention dan personal *message*.

2.1.3 Pola Interaksi

Selain karena faktor kebutuhan yang timbul dari dalam dirinya yang tercakup dalam kebutuhan mendasar, kebutuhan sosial dan kebutuhan integratif, manusia juga mempunyai naluri untuk selalu hidup berkelompok atau bersama dengan orang lain. Dengan demikian, faktor-faktor yang mendorong manusia untuk hidup bersama dengan orang lain adalah sebagai berikut :

1. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya

2. Dorongan untuk mempertahankan diri
3. Dorongan untuk meneruskan generasi atau turunan
4. Dorongan untuk hidup bersama yang diwujudkan dalam bentuk hasrat untuk menjadi satu dengan manusia sekelilingnya, dan hasrat untuk menjadi satu dengan suasana alam sekitarnya.

Upaya manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan mendasar, sosial dan integratif dilakukan melalui suatu proses yang disebut dengan interaksi sosial. Interaksi sosial dapat pula dilihat sebagai proses dimana orang mengorientasikan dirinya pada orang lain dan bertindak sebagai respon terhadap apa yang dikatakan dan dilakukan oleh orang lain (Calhoun et al., 1994). Kata sosial menyatakan bahwa lebih dari seorang yang terlibat, dan interaksi berarti bahwa terjadi saling mempengaruhi satu sama lain. Interaksi sosial mempunyai tujuan tertentu. Orang bertindak dan bereaksi terhadap yang lain dalam rangka mencapai tujuan mereka. Dalam beberapa interaksi, partisipan mempunyai tujuan yang berbeda. Misalnya, "transaksi antara pedagang buah dengan pembeli, pedagang berupaya membujuk pembeli agar dagangannya laku, sedangkan pembeli berupaya menawar harga agar dapat membeli buah dengan harga murah".

Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat (Soekanto,1990), yaitu adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Kata "kontak" berasal dari bahasa latin con atau cum (yang artinya bersama-sama) dan tango (yang artinya menyentuh). Secara harfiah berarti bersama-sama gejala sosial, kontak tidak perlu berarti hubungan

badaniah, karena orang dapat berhubungan dengan pihak lain dengan cara berbicara, secara langsung maupun melalui telepon, surat, dan internet.

Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk, yaitu: antara orang perorangan, misalnya, antara seorang anak dengan temannya antara orang perorangan dengan suatu kelompok, misalnya, antara seorang anak dengan keluarganya antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya, misalnya, antara kelompok mahasiswa asal Makassar dengan kelompok mahasiswa asal Jakarta.

Kontak sosial dapat bersifat positif atau negatif. Kontak sosial positif, mengarah pada kerja sama, sedangkan kontak sosial negatif mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan interaksi sosial. Kontak sosial dapat pula bersifat primer atau sekunder. Kontak primer terjadi apabila mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka, misalnya berjabat tangan, saling senyum. Sedangkan kontak sekunder memerlukan perantara, misalnya, A ingin berkenalan dengan B melalui C.

Dalam komunikasi kemungkinan terjadi berbagai macam penafsiran terhadap tingkah laku orang lain. Oleh karena itu, komunikasi dapat menghasilkan suatu kerja sama, tetapi sebaliknya dapat pula menghasilkan pertikaian karena kesalahpahaman.

"Ketika saya melakukan sesuatu karena anda, dan anda melakukan sesuatu karena saya, maka kita telah melakukan interaksi sosial". Apa yang sedang berlangsung disebut interaksi sosial atau saling melakukan tindakan sosial bersama (Charon, 1980). Interaksi berarti dua orang atau lebih terlibat

dalam tindakan sosial bersama, setiap orang menjadi subjek sekaligus objek dari tindakan orang lain.

Sebelum hubungan-hubungan sosial (interaksi sosial) tersebut menjadi suatu hubungan yang terpola (stabil), maka akan dialami suatu proses sosial menuju bentuk yang konkrit, suatu hubungan yang terpola sesuai dengan nilai-nilai sosial dan budaya dalam masyarakat. Menurut Soekanto (1982), proses sosial adalah cara-cara berhubungan yang dilihat apabila orang perorangan dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk bentuk hubungan tersebut.

Menurut Gillin dan Gillin (1954), ada dua macam proses sosial yang timbul sebagai akibat adanya interaksi sosial, sehingga keduanya sekaligus menunjuk pada bentuk-bentuk interaksi sosial, yaitu: Proses sosial yang mendekatkan atau mempersatukan (asosiatif); dan Proses sosial yang menjauhkan atau mempertentangkan (disosiatif).

Proses sosial yang mendekatkan (asosiatif) atau mempersatukan dapat diperinci sebagai berikut; Kerja sama, berarti bekerja bersama dalam rangka mencapai suatu tujuan bersama. Istilah kerja sama di sini adalah padanan kata cooperation (cor bersama; operate bekerja).

Akomodasi (accommodation) adalah suatu keadaan keseimbangan atau usaha-usaha mengakhiri pertikaian secara permanen atau sementara di antara pihak-pihak yang berkonflik, paling sedikit dalam hal-hal yang disepakati. Akomodasi bisa juga diartikan sebagai usaha meredakan pertentangan menjadi keadaan stabil.

Penting membedakan antara akomodasi sebagai suatu proses dan sebagai suatu hasil dari interaksi sosial. Sebagai suatu proses, akomodasi menunjuk pada usaha-usaha orang atau grup untuk meredakan suatu pertentangan, untuk mencapai kestabilan atau kelangsungan hubungan antar-grup. Sementara itu, sebagai suatu hasil interaksi sosial, akomodasi menunjuk pada suatu keadaan dimana terdapat keseimbangan baru setelah pihak-pihak yang berkonflik berbaikan kembali.

Asimilasi (assimilation) adalah proses sosial yang ditandai dengan usaha-usaha mengurangi perbedaan yang terdapat antara orang-perorangan atau kelompok-kelompok manusia. Ia juga ditandai oleh usaha-usaha mempertinggi kesatuan tindak dan sikap, dengan memperhatikan kepentingan dan tujuan bersama.

Dalam asimilasi terjadi proses saling menyesuaikan antar-budaya yang berbeda, dengan menerima unsur baru satu sama lain, sehingga perbedaan kebudayaan tidak muncul lagi. Syarat-syarat terjadinya asimilasi adalah: ada kelompok-kelompok manusia yang berbeda kebudayaan, orang-perorangan sebagai warga kelompok tadi saling bergaul secara langsung dan intensif dalam waktu yang lama sehingga kebudayaan-kebudayaan dari kelompok-kelompok orang tersebut masing-masing berubah dan saling menyesuaikan diri.

Akulturasasi (acculturation) adalah proses sosial yang timbul, apabila suatu kelompok masyarakat manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur -unsur dari suatu kebudayaan asing sedemikian

rupa sehingga lambat laun unsur-unsur kebudayaan asing itu diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri, tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian dari kebudayaan itu sendiri.

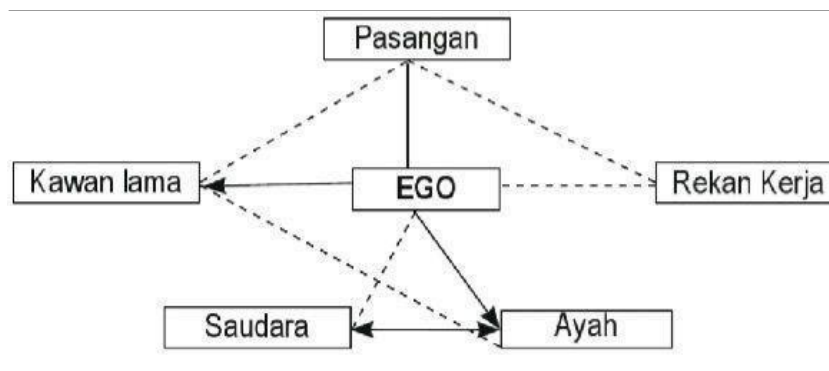
Sedangkan proses sosial yang menjauhkan/mempertentangkan (disosiatif) dapat diperinci sebagai berikut: Persaingan atau kompetisi (competition), adalah suatu proses sosial dimana dua orang atau lebih berjuang dengan bersaing satu sama lain untuk memiliki atau mempergunakan barang-barang yang berbentuk material atau bukan material. Di dalam persaingan tidak ada unsur ancaman atau kekerasan. Tidak ada intrik atau saling curiga.

Kontravensi (contravention), merupakan bentuk antara persaingan dan konflik. Dalam kontravensi ada unsur intrik, misalnya, fitnah. Kontravensi ditandai dengan gejala-gejala ketidakpastian mengenai diri seseorang, atau suatu rencana dan perasaan tidak suka yang disembunyikan, kebencian terhadap kepribadian seseorang.

Konflik (conflict), adalah proses sosial dimana orang-perorangan atau kelompok manusia berusaha memenuhi tujuannya dengan jalan menantang pihak lain atau lawan dengan ancaman dan/atau kekerasan.

Interaksi sosial merupakan basis untuk menciptakan hubungan sosial yang terpola yang disebut jaring-jaring hubungan sosial (webs of social relationship) atau pengorganisasian sosial dan struktur sosial. Setiap interaksi sosial, formal maupun informal, memiliki pola tertentu. Sebagian besar orang mempunyai banyak hubungan sosial, seperti dari hubungan kenalan biasa,

sampai sahabat intim, dan ikatan keluarga. Teman, sahabat, dan anggota keluarga tersebut pada gilirannya berinteraksi dengan orang lain, dan mengembangkan sekumpulan ikatan-ikatan, yang saling terkait bersama menjadi sejumlah besar orang-orang.



Gambar 2. 1 Contoh Jaringan Sosial

Menurut Calhoun et. al. (1994) jaringan sosial adalah jaring-jaring hubungan di antara sekumpulan orang yang saling terkait bersama, langsung atau tidak langsung, melalui beragam komunikasi dan transaksi diantara mereka disebut sebagai jejaring sosial. Sedangkan menurut Suparlan (1982), jejaring sosial merupakan pengelompokan orang yang terdiri atas sejumlah orang (minimal tiga orang) yang masing-masing memiliki identitas tersendiri dan dihubungkan melalui hubungan sosial yang ada, dan melalui hubungan sosial tersebut dapat dikelompokkan sebagai satu-kesatuan sosial yang berbeda dengan yang lain.

Suatu jaringan sosial mencakup tiga komponen pokok, yaitu: (a) Simpul-simpul (nodes) jaringan, sekumpulan orang, obyek atau peristiwa yang berperan sebagai simpul; (b) Ikatan (keterhubungan), yang

menghubungkan satu simpul dengan simpul lain, biasanya digambarkan dengan garis yang merupakan suatu jalur; dan (c) Arus, yaitu sesuatu yang mengalir dari suatu simpul ke simpul lainnya, yang digambarkan dengan anak panah.

Interaksi atau hubungan sosial yang terpola dapat disebut sebagai pengorganisasian sosial, yaitu interaksi dimana tindakan yang sama secara berulang. Tindakan menjadi lebih terorganisir, kurang bersifat spontan, dan kita menjadi tahu apa yang akan dilakukan orang lain serta apa yang akan kita lakukan dalam hubungannya dengan mereka.

2.1.4 Roleplay

Roleplay diartikan menjadi salah satu bentuk permainan peran. Dalam bermain peran (Roleplay) adalah salah satu metode pembelajaran sebagai simulasi yang diarahkan untuk mengkreasikan kejadian sejarah, kejadian masa yang akan datang, atau peristiwa aktual (Sanjaya, 2010). Roleplay merupakan permainan kolaborasi dan improvisasi dengan menciptakan sebuah cerita, para pemain pun tidak hanya berinteraksi satu sama lain tetapi merespon siapapun dengan tetap menggunakan karakter dari peran yang mereka mainkan. Menurut Yardley, istilah “Roleplay” adalah sebuah istilah yang digunakan dalam menjelaskan rangkaian kegiatan yang menyertakan partisipan untuk melakukan atau menirukan peran baik dalam tindakan maupun keadaan. Aktivitas Roleplay pertama kali muncul di media sosial Twitter.

Dari segi pembawaan diri, fans melakukan imitasi karakter idola dengan bagaimana ia menulis status dan merespon komentar dari orang lain. Umumnya dalam permainan ini, para fans akan memilih tokoh berdasarkan yang mereka inginkan dan keberhasilan permainan ini berdasarkan ketaatan atas ketentuan yang telah didahulukan dengan batasan improvisasi aksi yang tidak melewati citra idola (Nuruddiniyah, 2017).

Orang yang bermain Roleplay disebut dengan Roleplayer. Pemilik akun Roleplay membentuk informasi diri dan profil mereka dengan representasi diri anonim yang saling berinteraksi dengan sesama Roleplayer lainnya yang menggunakan bio-profil anonim maupun semi anonim.

Display name dan username yang digunakan juga menunjang para Roleplayer sebagai identitas berupa label yang diberikan orang-orang disekitar, dalam hal ini nama idola yang berdampak dalam pemilihan nama dalam akun Roleplay sebagai bentuk representasi dan identitas virtual mereka. Dalam Roleplay World, foto profil juga memiliki peran sebagai cermin yang menunjukkan identitas pengguna.

Pada dasarnya roleplaying sudah ada sejak era facebook sekitar tahun 2008, namun pada saat itu belum dikenal dengan istilah tersebut. istilah roleplaying mulai akrab dikenal sekitar tahun 2010. Salah satu media sosial yang menjadi wadah dari kegiatan rolepaying ini adalah twitter. Para roleplayer ini berinteraksi satu sama lain dalam dunia virtual dengan menggunakan karakter yang mereka pilih, mereka memerankan karakter sesuai dengan latar belakang dari karakter tersebut. mulai dari tokoh anime,

drama, film, aktor, aktris, hingga public figure lainnya.

Ada dua fandom besar saat ini yang masuk fenomena roleplaying ini, yaitu penggemar anime dan penggemar K-Pop. Dua fandom tersebut merupakan yang mayoritas memainkan akun roleplay di media sosial twitter. Kreativitas fans berupa bermain peran/roleplay ini merupakan kreativitas yang telah lama ada di kelompok penggemar.

Melalui roleplay yang diparodikan oleh penggemar ini mencoba untuk menuangkan imajinasinya dengan tweet yang berisikan fantasi-fantasi penggemar dalam memainkan peran idola layaknya yang dilakukan oleh sang idola dalam kehidupan sehari-hari tersebut banyak beredar di kalangan para penggemar. Bahkan telah menjadi suatu budaya untuk penggemar dalam menyalurkan imajinasi yang diciptakan melalui tweet. Dengan membuat tweet fantasi yang merupakan imajinasinya, para penggemar ingin menciptakan kedekatan antara dirinya dengan idola, salah satunya dengan melakukan aktivitas roleplay.

Dengan menggunakan tokoh-tokoh idola tersebut, para penggemar menciptakan dunia palsu (fake world) yang diinginkan oleh dirinya dengan sang idola. Ada beberapa istilah yang dapat ditemukan saat bermain roleplaying :

(a) Fams/Bestie

Family/Bestie yang berarti keluarga/teman yang didapat dari bermain Roleplaying. Dalam dunia RP kita dapat mencari dan menemukan keluarga dan teman seperti halnya dalam kehidupan nyata. Biasanya seseorang akan

berinteraksi dengan chara (karakter) yang mereka temui, seiring berjalannya waktu chara RP dapat menjalin hubungan persahabatan atau membentuk sebuah keluarga jika dirinya merasa nyaman.

(b) Couple (Pasangan)

Sama halnya dengan fans/bestie. Karakter dalam Roleplaying ini juga dapat menjalin hubungan dengan chara lain yang mereka sukai, entah lewat akun fanbase pencarian jodoh maupun interaksi yang mereka jalin yang seiring berjalannya waktu dua karakter RP menjadi saling suka.

(c) Menfess (Mention Confess)

Tempat kirim salam antar karakter RP. Jika di dunia nyata kita menggunakan Radio atau televisi untuk mengirim salam atau pesan, maka di dunia Roleplaying terdapat akun Fanbase yang dapat menampung semua Menfess yang ingin dikirim oleh seseorang karakter RP.

(d) Deact (Deactivate)

Sama halnya dengan permainan, karakter di RP memiliki titik akhirnya sendiri. Biasanya seorang Roleplayer memiliki titik jenuh dan merasa bosan dengan RPW (Roleplay World) yang dijalankannya, oleh karena beberapa dari mereka akan memilih deact dari dunia RP.

(e) OOC (Out Of Character)

Keluar dari karakter asli. Hal ini dapat terjadi jika sebuah karakter yang dimainkan terlalu berbeda dengan tokoh aslinya. Misalnya citra Kim Wooseok yang selama ini dikenal ramah dan penyayang, namun dia

deskripsikan sebagai pria arogan bermulut tajam.

(f) Fanservice

Tujuan awal bermain Roleplay adalah berakting seakan-akan sang pemain RP merupakan artis sungguhan yang dapat memanjakan para fans. Fanservice ini bertujuan untuk mengayomi fans dari semua kalangan, agar para fans tetap mendukung idola mereka. Kegiatan Fanservice ini adalah membagikan foto-foto mereka, menyapa para fans, meminta dukungan para fans agar tetap mendukung setiap kegiatan sang idola, bahkan bisa saling berbicara antar idola dan penggemar (Fantalk).

(g) Nick RP

Nick (nickname) berfungsi sebagai nama panggilan agar membedakan dengan akun lain yang memiliki karakter yang sama dan sebagai pengingat kepada karakter lain jika dirinya mengganti karakternya. Biasanya mereka yang menggunakan Nick merupakan akun famous Twitter.

(h) Selective Following

Zaman dulu tidak ada istilah Selective Following (Selfol) seperti ini. Semua RP berbaur dari berbagai agensi, kecuali mereka yang tergabung dalam Closed Agency karena memiliki aturan tersendiri yang tidak memperbolehkan berinteraksi dengan luar agensi. Namun saat ini banyak RP yang memasang Auto Update dan hanya Upfollowers agar memiliki banyak pengikut di akunnya, maka dari itu banyak akun RP yang lebih memilih untuk Selective Following agar mendapatkan teman RP yang benar-benar aktif dan bisa diajak berinteraksi bukan sekedar mencari followers semata.

(i) Semi Less OOC

Istilah ini digunakan untuk Roleplayer yang kadang dirinya memerankan perannya layaknya karakter sang artis yang tengah diperankan, namun terkadang tidak memerankan sesuai dengan karakter yang tengah di perankan.

(j) Plot

Plot merupakan sebuah kegiatan dimana para Roleplayer membuat suatu cerita dengan berbagai konflik yang ada, plot ini sudah menjadi budaya untuk akun Roleplayer Alternative Universe (RP AU) dan Out Of Character (OOC). Umumnya para Roleplayer akan menggunakan 2 sudut pandang untuk melakukan plot, yaitu sudut pandang orang pertama dan sudut pandang orang ketiga.

(k) Temporary Swap (TS)

Mengganti karakter sementara. Biasanya para Roleplayers ingin membuat suasana yang berbeda. Contohnya karakter Kim Sojung mengganti karakter sementara menjadi Jung Eunbi selama 5 hari, maka setelah 5 hari pemain akan kembali pada karakter awalnya sebagai Kim Sojung.

(l) Cuping (Cute Typing)

Pemain memerankan perannya namun dengan typing atau ketikan yang menggemaskan, seperti misalnya “salapanna janan luwpaa >.

2.1.5 Social Network Analysis (SNA)

Social network analysis (SNA) merupakan visualisasi dari hubungan antar node yang terjadi dalam sebuah jaringan. Hubungan ini dapat diperoleh melalui aliran informasi dari media sosial seperti facebook, twitter, flicker, youtube dan lain sebagainya. Aliran informasi tersebut bisa diperoleh dengan mengukur hubungan pertemanan dari seorang individu, organisasi dan grup serta informasi yang dibagi di antara mereka (Aan, 2018).

Social Network Analysis (SNA) merupakan studi yang mempelajari tentang hubungan manusia dengan memanfaatkan teori graf. Penerapan *Social Network Analysis* dalam suatu aplikasi mampu menggambarkan relasi atau hubungan antar individu dengan melakukan visualisasi dalam bentuk graf.

Social network analysis (SNA) mengobservasi hubungan sosial yang terjadi termasuk di dalamnya node (individu, organisasi, tim, dan atau kombinasi dari hubungan tersebut) dan hubungan yang terbentuk di dalamnya. Konsep *Social network analysis* (SNA) dapat diterapkan dalam berbagai bidang salah satunya pada bidang aplikasi internet. *Social network analysis* (SNA) juga telah diterapkan untuk memahami perilaku online oleh individu, organisasi dan antar situs web.

Social Network Analysis atau disebut juga analisa jejaring sosial merupakan suatu teknik untuk memetakan dan mengukur relasi dan komunikasi yang terjadi antar manusia, kelompok, organisasi, komputer ataupun entitas yang memproses suatu informasi. Terdapat dua macam cara untuk merepresentasikan informasi yang ada, yaitu dengan menggunakan graf

dan matriks.

Hubungan relasi antar aktor ini divisualisasikan dengan graf. Dari sekian banyak jenis graf yang ada, network analysis menggunakan suatu jenis graf yang berisi nodes atau titik untuk merepresentasikan aktor dan edges atau garis untuk merepresentasikan hubungan atau relasi, yang disebut “socio-grams”.

2.1.6 Konsep Peran

Peran merupakan sesuatu hal yang melekat pada diri seseorang. Peran diartikan sebagai suatu hal dalam melaksanakan hak dan kewajiban tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang di masyarakat. Menurut Sutyo Bakir seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang peran (*role occupant*) dimana hak sebenarnya merupakan wewenang untuk berbuat atau tidak berbuat.

Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu, ia di harapkan untuk berperilaku secara tertentu. Posisi aktor dalam teater (sandiwara) itu kemudian dianalogikan dengan posisi seseorang dalam masyarakat. Sebagaimana halnya dalam teater, yaitu bahwa perilaku yang diharapkan daripadanya tidak berdiri sendiri, melainkan selalu berada dalam kaitan dengan adanya orang-orang lain yang berhubungan dengan orang atau aktor tersebut (Sarwono, 1991).

Peran berarti sesuatu yang dimainkan atau dijalankan. Peran

didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang diperankan atau dimainkan oleh seseorang yang mempunyai kedudukan atau status sosial dalam organisasi. Peran menurut terminology adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Dalam bahasa Inggris peran disebut “role” yang definisinya adalah “person’s task or duty in undertaking”. Artinya “tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan”. Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan peranan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seorang dalam suatu peristiwa.

Peran adalah aktivitas yang dijalankan seseorang atau suatu lembaga/organisasi. Peran yang harus dijalankan oleh suatu lembaga/organisasi biasanya diatur dalam suatu ketentuan yang merupakan fungsi dari lembaga tersebut. Peran itu ada dua macam yaitu peran yang diharapkan (*expected role*) dan peran yang dilakukan (*actual role*). Dalam melaksanakan peran yang diembannya, terdapat faktor pendukung dan penghambat.

Peran menurut Koentjaraningrat, berarti tingkah laku individu yang memutuskan suatu kedudukan tertentu, dengan demikian konsep peran menunjuk kepada pola perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki status/posisi tertentu dalam organisasi atau sistem. Menurut Abu Ahmadi peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya.

Menurut Riyadi, peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam masyarakat. Sedangkan menurut Veithzal Rivai, peran diartikan sebagai perilaku yang diatur dan diharapkan seseorang dalam posisi tertentu. Lebih lanjut Mifta Thoha menjelaskan bahwa peranan merupakan rangkaian perilaku yang timbul karena suatu jabatan.

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto, yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian peran adalah sikap atau perilaku yang diharapkan banyak orang atau sekelompok orang dari seseorang dengan status atau status tertentu.

2.1.7 Twitter

Media sosial adalah media online dimana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan termasuk membuat blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Jejaring sosial terbesar termasuk Facebook, WhatsApp, Instagram, Line dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet.

Twitter didirikan oleh Jack pada 21 Maret 2006 di San Fransisco, Amerika Serikat. Twitter pertama kali dikenalkan oleh Jack Dorsey pada

sebuah acara yang diselenggarakan oleh Odeo (sebuah perusahaan Podcast). Jack Dorsey merupakan seorang mahasiswa di Universitas New York yang mengemukakan gagasan mengenai penggunaan layanan pesan singkat untuk berkomunikasi dalam sebuah kelompok kecil sehingga munculnya sebuah interaksi. Jack Dorsey merupakan seorang karyawan Odeo, sedangkan Evan Williams dan Biz Stone berasal dari Google. Twitter pertama kali digunakan sebagai layanan internal untuk para karyawan Odeo dan untuk versi lengkapnya dirilis ke publik pada 15 Juli 2006. Pada akhir tahun 2006, Evan Williams, Biz Stone dan mantan karyawan Odeo lainnya mendirikan sebuah perusahaan Obvious Corp dengan mengakuisisi Odeo dan semua asetnya termasuk Odeo.com dan Twitter.com dari para pemegang saham dan investor.

Tingginya popularitas Twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi seperti masalah keamanan dan privasi pengguna gugatan hukum dan penyensoran. Tidak hanya itu, media sosial twitter juga dimanfaatkan oleh beberapa penggemar anime, *Korean wave*, dan penggemar dari seleb lainnya.



Gambar 2. 2 Logo Twitter

Berikut fitur-fitur dan protokol yang membedakan Twitter dengan media sosial lainnya, berikut ini adalah elemen-elemen dari format microblogging Twitter (Zarella, 2011):

a. Akun

Banyak pengguna Twitter sukses memiliki pengikut yang banyak dengan memakai nama lengkap mereka sebagai akun atau username mereka di Twitter. Selain itu juga akun-akun yang sudah terverifikasi dengan tanda centang di sebelah nama mereka biasanya memiliki jumlah pengikut yang banyak dibandingkan dengan akun yang belum memiliki tanda verifikasi.

b. Gambar

Ketika tweet dikirim biasanya tweet tersebut akan ditampilkan di sebelah gambar kecil yang biasanya disebut avatar. Dengan gambar tersebut orang-orang yang membaca tweet akan mengenali dari siapa tweet tersebut berasal. Bagi akun pribadi, gambar yang paling tepat agar orang lain mengenali tweet yang dikirim adalah dengan menggunakan foto close up sedangkan untuk sebuah perusahaan menggunakan logo perusahaan yang mampu dikenali walaupun ukuran fotonya kecil.

c. Bio

Untuk mengenali siapa pemilik akun Twitter ada fitur Bio yang memiliki kapasitas 160 karakter untuk menjelaskan siapa pemilik akun tersebut. Umumnya, akun yang memiliki bio memiliki lebih banyak pengikut daripada akun yang tidak disertai bio. Biasanya yang dicantumkan di bio Twitter ialah pekerjaan, status, dan juga kalimat motivasi dirinya.

d. Background

Twitter memungkinkan para penggunanya untuk mendesain atau mengunggah background sendiri untuk akun Twitter mereka. Para pengguna biasanya menggunakan ini untuk memperkuat citra mereka atau memperkuat bio yang mereka tulis.

e. Follow

Pengikut adalah orang-orang yang berpotensi membaca tweet-tweet yang kita post. Begitupun sebaliknya ketika kita mengikuti sebuah akun kita juga memiliki potensi membaca tweet-tweet dari orang yang kita ikuti. Pengguna Twitter dengan jumlah pengikut lebih banyak dibandingkan dengan jumlah yang mereka ikuti cenderung memiliki audiens yang lebih banyak.

f. Tweeting

Dengan panjang hanya 140 karakter membuat Twitter menjadi media sosial yang memiliki keunikan sendiri. Sebagian orang menulis tweet mereka mengenai kegiatan yang mereka lakukan, dan ada juga yang menuliskan mengenai konten seperti pekerjaan mereka, berita dan pertanyaan percakapan dari pengguna Twitter lainnya.

g. Replies

Percakapan di Twitter dilakukan dengan menyisipkan tanda @ yang diikuti dengan username Twitter pengguna lain. Agar lebih mudah dalam melakukan fitur ini di sebelah kiri bawah tweet terdapat shortcut untuk melakukan replies secara otomatis tanpa harus mengetik ulang username.

h. Retweet

Jika membuat sebuah tweet, para pengikut dapat melihat dan juga dapat melakukan copy paste terhadap tweet tersebut sehingga semakin banyak orang yang mampu melihat tweet yang telah ditulis sebelumnya. Sebagian orang juga menambahkan tulisan mereka sendiri pada retweet, hal yang banyak di retweet adalah tautan baik itu situs, berita, ataupun gambar.

i. Direct Message

Direct Message (DM) merupakan pesan rahasia dalam Twitter. DM hanya dapat dilakukan kepada setiap pengguna yang saling mengikuti. Akun A dapat mengirim DM ke akun B jika akun B mengikuti akun A, hal itu juga berlaku sebaliknya, namun jika akun A tidak mengikuti akun B meskipun akun B mengikuti akun A maka akun B tidak dapat mengirim DM ke akun A. Fitur tersebut berguna dengan secara otomatis mengirimkan ucapan salam dan tautan ke semua pengikut akun tersebut.

j. Trending Topics

Trending topics dipandang sebagai barometer tentang minat dan topik yang sedang digemari di Twitter. Dengan pengembangan algoritma yang bisa melacak penggunaan kata dan frasa maka lahirlah daftar 10 pembicaraan yang pada saat itu sering dibicarakan di Twitter. Peristiwa, berita, nama, dan hal lainnya bergantian populer di Twitter Trending Topics.

k. Hashtag

Untuk menyambungkan pembicaraan dan percakapan biasanya para pengguna Twitter menggunakan hashtag sebagai penyambung. Hashtag

diawali dengan tanda # yang menunjukkan bahwa suatu tweet mengandung topik yang serupa dengan setiap tweet lain yang menggunakan tag yang sama. Jamaknya penggunaannya ini dilakukan untuk kampanye, mengabarkan berita, peristiwa dan isu politik, menyampaikan hasil-hasil pertemuan. Bila kita mengklik hashtag kita akan mengetahui seluruh hasil tweet atau percakapan yang menggunakan tag tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Semakin banyaknya orang yang mengakses sosial media, membuat sebagian orang membuat laman sosial media menjadi tempat mencurahkan keluh kesah. Baik kalangan muda maupun tua dapat dengan mudah mengakses laman sosial media seperti facebook, instagram, twitter dan lain sebagainya.

Adanya sebuah fenomena yang unik di dalamnya yaitu sebuah komunitas yang menggunakan media sosial twitter sebagai wadah berkomunikasi tetapi tidak menggunakan identitas asli diri mereka sendiri, melainkan memerankan diri orang lain. Biasanya peran yang dimainkan merupakan artis idola, penyanyi ataupun pemain sinetron yang menjadi idola pengguna yang kebanyakan penggunanya adalah seorang pecinta Korea atau disebut Korean lovers. Akun yang digunakan tidak menggunakan identitas asli, melainkan menggunakan identitas para artis atau penyanyi idolanya. Para pecinta Korea menyebut hal ini dengan sebutan “Roleplay” yang disingkat

menjadi (RP).

Peneliti mengumpulkan beberapa literatur dari karya-karya sebelumnya yang sesuai dan relevan dengan tema yang peneliti angkat yaitu tentang Roleplay, yang digunakan sebagai bahan rujukan dalam pelaksanaan penelitian.

Karya ilmiah berupa jurnal yang ditulis oleh Fatmawati dan Ali (2017), dalam karyanya yang berjudul “Motif Interaksi Sosial Roleplayer Pada Mahasiswa Universitas Telkom di Sosial Networking Twitter”. Dalam jurnal tersebut mengkaji tentang bagaimana motif interaksi sosial roleplayer di sosial networking twitter. Dari jurnal tersebut diketahui bahwa terdapat empat motif interaksi sosial yang mempengaruhi roleplayer di sosial networking twitter dalam melakukan interaksi sosial, yaitu interaksi sosial rasionalitas instrumental, interaksi sosial berorientasi nilai, interaksi sosial tindakan tradisional, dan interaksi sosial berdasarkan afektif, yang mendasari roleplayer di sosial networking twitter dalam melakukan interaksi sosial.

Karya jurnal ilmiah yang ditulis oleh Parlina dan Taher (2017), dalam karyanya yang berjudul “Motivasi dan Pola Interaksi Pengguna Roleplay Twitter Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala”. Dari jurnal tersebut diketahui bahwa motivasi pengguna roleplay twitter adalah sebagai pengalihan dari rutinitas sehari-hari serta sebagai wadah untuk meluapkan segala bentuk kreatifitas, emosional, dan pengalihan diri yang tidak dapat diekspresikan di dunia nyata, selain itu mahasiswa/i lebih nyaman menggunakan roleplay twitter, dibandingkan menggunakan identitas asli.

Mengenai pola interaksi, pola yang digunakan adalah atas dasar keinginan sendiri ataupun ajakan dari kerabat maupun lingkungan sekitar untuk membuat akun roleplay dan membentuk masyarakat maya di dunia roleplay.

Dalam karya jurnal ilmiah yang ditulis oleh Gantina (2020), yang berjudul “Fenomena Korean Roleplayer di Media Sosial Twitter (Studi Fenomenologi Korean Roleplayer Di Media Sosial Twitter)”. Dari jurnal tersebut diketahui bahwa peneliti memperoleh jawaban mengenai motif, makna dan tindakan dari para Korean Roleplay. Motif para Korean Roleplay dalam bermain roleplay untuk mengisi waktu luang mereka dan menghilangkan stress yang mereka rasakan. Kemudian tindakan dari para informan setelah bermain roleplay yaitu mereka merasa menjadi lebih terbuka akan masalah yang tengah mereka alami dengan menceritakannya kepada orang yang dipercaya. Terakhir hasil yang diperoleh yaitu mengenai makna dari Roleplay. Secara keseluruhan para Korean Roleplay memaknai Roleplay sebagai tempat untuk mencurahkan semua keluh kesah yang tengah mereka rasakan.

Dari hasil riset penelitian terdahulu, penulis menemukan bahwa para peneliti sebelumnya mayoritas meneliti hal tentang motif atau pola interaksi para roleplayer dengan metode penelitian yang berbeda, dan belum menemukan penelitian yang menggunakan metode *social network analysis* (SNA) terhadap roleplaying di twitter, sehingga penulis memutuskan pada penelitian ini menggunakan metode *social network analysis* (SNA).