

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Teknologi digital dan internet saat ini telah dimanfaatkan secara pesat, terutama untuk mendukung berbagai kebutuhan seperti pekerjaan, pendidikan hingga hiburan. Internet pun banyak digunakan untuk mengakses media sosial sebagai sarana informasi hingga hiburan, di mana media sosial menurut Van Dijk (Ramadona & Sari, 2019) merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memberikan fasilitas bagi mereka untuk beraktivitas maupun saling berkolaborasi. Twitter (X) kemudian merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses, dengan jumlah pengguna yang mencapai 373 juta orang pada April 2023 (Sadya, 2023). Twitter melalui fitur yang dimilikinya, yaitu *tweet*, *mention*, dan *direct message* (DM) kemudian mendorong kolaborasi di media sosial melalui komunikasi virtual yang dilakukan.

Komunikasi virtual antarpengguna pun mendorong fenomena terbentuknya komunitas virtual, yang menurut Rheingold (Ramadona & Sari, 2019) merupakan sebuah perkumpulan yang muncul di internet ketika ada sekumpulan individu yang melakukan diskusi publik dalam jangka panjang di ruang siber. Pada konteks penelitian ini, diskusi dilakukan pada media sosial Twitter sebagai ruang siber untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi untuk melakukan pertukaran makna. Media sosial Twitter memungkinkan kelompok virtual terbentuk dan berinteraksi

tanpa harus saling mengenal secara mendalam, dengan interaksi yang terjadi cukup dengan kesamaan pada hal tertentu seperti hobi dan minat (Azuraa, 2019).

Fenomena komunikasi yang terjadi pada komunitas virtual berbeda dengan komunikasi pada umumnya, di mana komunikasi dilakukan tanpa tatap muka dan hanya berbasis pada media sosial yang dalam penelitian ini adalah Twitter. Komunikasi yang terjadi kemudian dapat dideskripsikan sebagai model *hyperpersonal communication*, yang mendeskripsikan pengganti bahasa dengan simbol nonverbal yang dimungkinkan oleh sistem komunikasi berbasis teks dengan computer, sebagai perantara atau *computer-mediated communication* (CMC) (Walther & Whitty, 2021). Model komunikasi ini pun telah merubah cara penerimaan pesan, representasi diri, komposisi, hingga timbal balik pesan oleh pengguna sehingga relasi daring dapat dibentuk sesuai dengan kebutuhan sosial pengguna (Walther & Whitty, 2021).

Model *hyperpersonal* CMC kemudian dapat mendeskripsikan komunikasi virtual yang terjadi di media sosial, khususnya Twitter dan kaitannya dengan terbentuknya komunitas virtual. Hal ini dikarenakan menurut Walther & Whitty (2021), model *hyperpersonal* CMC menjelaskan bahwa empat komponen komunikasi yakni pengirim, penerima, dan umpan balik dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam teknologi komunikasi. Penerima memperoleh pesan tanpa kehadiran pengirim secara langsung di mana umumnya impresi pengirim terbentuk, yang kemudian digantikan dengan interpretasi positif atas pesan yang dikirimkan.

Pengirim pesan kemudian dapat melakukan representasi diri secara selektif dan penerima pesan juga bisa lebih selektif dalam memilih elemen pesan yang dapat menjelaskan diri mereka lebih baik, dibandingkan dengan pertukaran pesan secara spontan (Walther & Whitty, 2021). Hal tersebut kemudian membuat komunikasi virtual di media sosial berbeda dengan komunikasi yang berlangsung pada umumnya, memungkinkan komunikasi hanya berbasis pada kesamaan tujuan dalam komunikasi. Komunitas virtual kemudian terbentuk melalui model komunikasi ini, dengan karakteristik personal yang dapat menghadirkan dasar gambaran identitas (Walther & Whitty, 2021).

Komunikasi virtual didukung oleh identitas yang dipilih oleh pengirim pesan. Mereka bisa memilih impresi yang diinginkan di media sosial, dan juga bisa menutupi perilaku dan keadaan fisik mereka (Walther & Whitty, 2021). Perilaku selektif atas identitas dalam komunikasi model *hyperpersonal* CMC kemudian membuat munculnya fenomena pembentukan identitas virtual. Identitas virtual di media sosial dibentuk berdasarkan pada interaksi yang terjadi, dengan komponen timbal balik pesan yang menurut Walther dan Whitty (2021) dapat mengubah relasi antarpengguna, bahkan persona mereka melalui proses konfirmasi ekspektasi sesuai dengan representasi diri yang diinginkan.

Pada konteks media sosial, identitas virtual yang dimaksud sebagian besar dibangun melalui identitas digital yang umum serta praktik persona dan 'avatar' untuk dapat memahami koneksi antara presentasi individu di ranah daring (Procter, 2021). Penggunaan media sosial yang semakin berkembang kemudian juga mendorong perkembangan pembentukan atau konstruksi identitas virtual, di mana

menurut observasi Galati (Procter, 2021) semua individu dapat secara bebas membuat diri mereka yang lain, profil, avatar, ataupun keberadaan yang lain untuk dapat beroperasi di ranah daring secara terpisah sebagai perpanjangan dari diri mereka. Hal ini berkaitan dengan identitas virtual yang dapat dibentuk oleh pengguna sosial sesuai keinginan untuk dapat merepresentasikan diri mereka secara selektif.

Fenomena identitas virtual kemudian sering dikaitkan dengan aktivitas interaksi di media sosial, yang dalam konteks penelitian ini adalah interaksi antarfans. Interaksi antarfans yang berlangsung kemudian memerlukan identitas untuk dapat mendorong berlangsungnya interaksi, yang dalam hal ini adalah identitas virtual. Avatar berupa gambar pada profil media sosial menjadi salah satu contoh identitas virtual yang ditampilkan pada media sosial, seperti yang disebutkan Procter (2021) bahwa avatar berperan sebagai fasilitator untuk kehadiran pengguna di dunia virtual, dan tidak membutuhkan korelasi antara identitas daring dan dunia nyata. Hal ini dikontekskan dengan interaksi antarfans yang menjadi fokus penelitian kemudian membuat fans bisa menggunakan hobi dan minat mereka sebagai avatar untuk merepresentasikan diri mereka sebagai fans dari hal tertentu.

Berdasarkan deskripsi tersebut, penelitian akan melihat proses pembentukan identitas virtual pada fans di media sosial Twitter. Fans dari *game online* Genshin Impact yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter akan menjadi subjek untuk dapat dilihat proses pembentukan identitas virtual mereka sebagai fans dari *game online* tersebut. Media sosial Twitter pun

diambil untuk diamati sebagai media fans saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan identitas virtual yang sangat terlihat sesuai dengan deskripsi sebelumnya. Fans dapat berinteraksi dengan menggunakan fitur yang dimiliki Twitter dengan identitas yang ditampilkan pada profil mereka, mulai dari avatar hingga bio yang dapat menunjukkan bahwa mereka merupakan fans dari hal tertentu yang dalam penelitian ini adalah fans sekaligus pemain *game online* Genshin Impact.

Genshin Impact sebagai *game online* pun diambil sebagai objek penelitian dikarenakan perkembangannya yang pesat sejak perilisan resminya oleh pengembang *game* asal Cina, HoYoverse pada 28 September 2020 (Arifah, 2021). Perkembangan pesat *game* ini kemudian membangun komunitas fans yang juga besar, didukung dengan keuntungan yang diraup Genshin Impact hingga 5,5 triliun pada dua bulan pertama perilisannya, jumlah yang lebih besar dibandingkan *game online* populer lainnya yaitu PUBG Mobile di periode yang sama (Stephanie, 2020). Genshin Impact juga meraih penghargaan di kategori visual dan grafik dari Apple Design Award 2021 (Pratama, 2021) dan penghargaan sebagai Game of The Year dalam Pocket Gamer Mobile Awards (Madsen, 2021). Pertumbuhan Genshin Impact menunjukkan masifnya popularitas *game* ini, dengan pemain sekaligus fans yang juga bertumbuh pula.

Game ini menghadirkan fitur *cross-platform* sebagai *game open-world* yang memungkinkan para pemain untuk dapat bermain bersama dengan pemain lainnya, membuat interaksi antarpemain sekaligus fans juga terjadi di dalam *game* melalui fitur *chat* yang ada dalam *game*. Observasi peneliti kemudian menunjukkan bahwa identitas virtual juga ditunjukkan melalui profil yang ada pada *game*, di mana

pemain bisa memilih karakter Genshin Impact untuk dijadikan foto profil, memamerkan karakter edisi terbatas yang dimiliki, hingga deskripsi singkat mengenai diri mereka dalam *game*. Hal ini kemudian juga tampak pada media sosial sebagai tempat berkembangnya komunitas virtual, dengan fans sekaligus pemain yang berinteraksi secara lebih bebas dibandingkan ketika berinteraksi di dalam *game* Genshin Impact.

Fitur *chat* di dalam *game* tersebut harus dibuka terlebih dahulu sehingga proses bermain bersama sering terhambat, membuat pemain hanya berinteraksi dengan pesan yang jauh lebih singkat. Selain itu, fitur *chat* di dalam *game* juga secara otomatis melakukan sensor terhadap kata-kata di ruang *chat* yang diduga merupakan kata-kata kurang pantas. Sensor yang dilakukan seringkali salah sasaran, dan justru menyensor kata-kata yang tidak memiliki indikasi sebagai kata kasar sehingga menyulitkan pemain untuk berkomunikasi (Fumakia, 2023).

Hal ini jelas menghambat komunikasi virtual antara pemain, membuat interaksi yang dilakukan di media sosial, dalam hal ini adalah Twitter, menjadi menarik untuk diamati hubungannya dengan proses pembentukan identitas virtual fans. Twitter tidak melakukan sensor terhadap pesan yang ingin disampaikan antarfans sekaligus pemain, membuat interaksi yang terjadi lebih mudah dilakukan dan dapat diamati dengan lebih baik.

Fanbase @paimonfess di Twitter pun diambil sebagai objek penelitian dengan pertimbangan keaktifan *fanbase* sejak awal perilisan Genshin Impact pada tahun 2020. *Fanbase* ini kemudian menjadi salah satu akun yang membagikan

informasi mengenai *game online* Genshin Impact secara aktif dan menjadi pilihan pertama untuk pemain baru Genshin Impact ikuti, guna memperoleh informasi hingga saran bermain dari sesama pemain. Hal ini kemudian ditunjukkan dengan jumlah pengikut yang cukup besar, di mana per tahun 2022 mencapai 74.859 (Social Blade, 2022). Jumlah ini pun memungkinkan interaksi antarfans yang lebih beragam, dengan bentuk interaksi yang berbeda pula terkait dengan *game online* Genshin Impact.

Fanbase @paimonfess dikelola oleh sesama fans sekaligus pemain Genshin Impact, membuat sesama fans kemudian berinteraksi satu sama lainnya dengan fans yang juga berperan sebagai moderator atas interaksi tersebut. *Fanbase @paimonfess* kemudian menggunakan dukungan *bot* untuk mengunggah konten dari fans dan untuk fans secara otomatis, membuat interaksi yang terjadi antarfans dapat berlangsung hampir 24 jam sehari. Interaksi yang sangat aktif ini kemudian membuat proses pembentukan identitas virtual yang akan diamati menjadi lebih menarik.



Sumber : Peneliti, 2020

GAMBAR 1
Profil *fanbase* @paimonfess

Penelitian akan melihat proses pembentukan identitas virtual dari fans sekaligus fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di Twitter, terutama dengan *fanbase* yang dikelola oleh sesama fans sehingga berhubungan dengan budaya fans yang menurut Storey (2015, h. 49) adalah mengenai penampilan publik dan sirkulasi dari produksi makna dan kegiatan membaca. Fans sendiri membuat makna untuk dapat berkomunikasi dengan fans lainnya (Storey, 2015, h. 249) yang kemudian berhubungan dengan interaksi simbolik, di mana makna menjadi hal yang penting untuk membuat masing-masing dari mereka bertindak (West & Turner, 2008, h. 99).

Identitas virtual yang akan diamati proses pembentukannya kemudian berhubungan pula dengan identitas sosial, di mana setiap individu memiliki konsep atas dirinya sendiri untuk bersosialisasi dan mengidentifikasi diri sendiri (Ayun, 2015). Pada konteks komunitas virtual, hal ini dapat ditunjukkan melalui interaksi yang berlangsung melalui media sosial di mana setiap individu menyusun konsep diri mereka secara virtual. Hal ini akan diamati untuk melihat kaitannya dengan proses pembentukan identitas virtual fans di media sosial, khususnya fans sekaligus pemain *game online* Genshin Impact yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di Twitter.

Pembentukan identitas virtual akan dilihat melalui proses interaksi yang berlangsung antarfans melalui *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter (X). Pembentukan yang dimaksud kemudian akan berhubungan dengan tahapan pembentukan identitas sosial, sebagai dasar teori yang mendukung pembentukan identitas individu yang kemudian dilihat melalui ranah virtual. Pada penelitian ini, adalah pada media sosial Twitter (X).

Maka berkaitan dengan fokus penelitian yang berhubungan dengan fenomena identitas virtual di media sosial terkait dengan fans, peneliti menemukan penelitian sebelumnya dengan judul ‘Pembentukan Identitas Pemain Games Melalui Media Baru (Studi Pada Komunitas Pemain Games Genshin Impact di Facebook)’ oleh Arifah (2021), yang menunjukkan bahwa interaksi antar fans dalam grup Facebook Genshin Impact Indonesia Official yang dikelola langsung oleh staf resmi MiHoYo membentuk identitas dari pemain *game* Genshin Impact.

Penelitian menemukan bahwa identitas sebagai pemain *game online* Genshin Impact terbentuk dengan pertukaran makna antar pemain melalui media sosial, di mana pemain memaknai bahwa Genshin Impact merupakan sebuah permainan yang menyenangkan dan mulai memahami permainan tersebut melalui interaksi antarpemain menggunakan bahasa, hingga akhirnya mereka berpikir bahwa mereka merupakan pemain atau fans dari Genshin Impact hingga mengarah pada pembentukan identitas sebagai pemain *games* (Arifah, 2021). Maka berdasarkan penelitian tersebut, peneliti kemudian tertarik untuk melihat proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact di media sosial Twitter, terutama melalui *fanbase* @paimonfess yang tidak dikontrol secara resmi oleh staf dari HoYoverse selaku pengembang *game online* Genshin Impact untuk menunjukkan perbedaan dalam proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia di media sosial.

Peneliti juga mengambil penelitian lain yang berhubungan dengan pembentukan identitas virtual dari Shane Savera Sa'diyah, berjudul 'Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter). Penelitian ini mengamati interaksi fans secara virtual melalui media sosial Twitter, dengan mengamati aktivitas, respon, serta unggahan yang dilakukan oleh fans BTS di Twitter. Sa'diyah (2019) menyampaikan, berkaitan dengan komunikasi sebagai bagian dari konteks fandom, para fans BTS yang diteliti berinteraksi melalui media sosial Twitter membuat identitas yang digunakan termasuk dalam identitas virtual. Budaya penggemar kemudian bisa dilihat dari adanya interaksi yang dilakukan fans secara virtual (Sa'diyah, 2019). Fans akan menggunakan nama,

gambar profil, dan bio yang berkaitan dengan idola mereka sebagai atribut untuk menjadi bagian dari fandom, misalnya gambar profil idola.

Pembentukan identitas virtual di media sosial juga berhubungan dengan representasi diri dari pemain *game* tersebut, yang dinyatakan dalam penelitian Ramadona dan Sari (2019) dengan judul Representasi Diri dalam Pemilihan Identitas Virtual di Kalangan Komunitas Game Online ‘Clover’. Penelitian menunjukkan bahwa identitas virtual yang dibentuk oleh para pemain *game* terjadi dari proses representasi diri yang dilakukan (Ramadona & Sari, 2019). Identitas virtual yang dibentuk oleh pemain pun merupakan identitas yang jauh berbeda dengan identitas di dunia nyata, dan dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal seperti lingkungan sosial, kelompok acuan, hingga tokoh idola. Identitas virtual kemudian dinilai memiliki hubungan yang erat dengan representasi diri pemain *game* di dunia maya (Ramadona & Sari, 2019).

Maka berhubungan dengan ketiga hasil penelitian dan deskripsi sebelumnya, penelitian akan berfokus pada proses pembentukan identitas virtual fans di media sosial, yang dalam penelitian ini adalah fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti akun *fanbase* @paimonfess di Twitter. Analisis kualitatif deskriptif akan dilakukan untuk dapat mendalami proses pembentukan identitas virtual yang dibangun melalui komunikasi virtual dan dilakukan antarfans dengan perantara *fanbase* tersebut. Penelitian akan melihat bagaimana proses pembentukan identitas virtual fans di media sosial terbentuk terutama dengan media interaksi yang dikelola oleh sesama fans, serta didukung dengan interaksi yang terjadi hampir 24 jam sehari.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti akun *fanbase* @paimonfess di Twitter?

C. TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui dan mendeskripsikan proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia di media sosial yang mengikuti akun *fanbase* @paimonfess di Twitter.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yakni manfaat akademis dan praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi, terutama berkaitan dengan proses pembentukan identitas virtual. Selain itu, juga berkontribusi dalam *game studies* dan menggambarkan proses pembentukan identitas virtual pada fans di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses pembentukan identitas virtual fans *game online* di media sosial, khususnya fans *game online* Genshin Impact di Twitter sehingga dapat

memberikan rekomendasi berupa faktor-faktor dari fans untuk pertimbangan publisitas *game online* Genshin Impact.

E. KERANGKA TEORI

1. Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik yang dicetuskan pertama kali oleh George Herbert Mead ini seperti namanya menekankan hubungan antara simbol dan interaksi, di mana interaksi simbolik menurut Larossa dan Reitzes (West & Turner, 2008, h. 96) pada intinya adalah sebuah kerangka referensi untuk dapat memahami bagaimana manusia bersama dengan manusia lainnya menciptakan dunia simbolik, serta sebaliknya; bagaimana dunia simbolik ini membentuk perilaku manusia itu sendiri. Teori ini mendukung keyakinan Mead bahwa individu merupakan partisipan yang aktif dan reflektif terhadap konteks sosialnya (West & Turner, 2008, h. 97).

Teori interaksi simbolik kemudian didasarkan pada ide-ide mengenai diri serta hubungannya dengan interaksi antarindividu dan dalam masyarakat. Penelitian ini akan mengambil tiga tema besar teori interaksi simbolik sebagai berikut;

1. Makna penting bagi perilaku manusia

Teori interaksi simbolik berpegang pada individu yang membentuk makna melalui proses komunikasi, karena makna tidak memiliki sifat intrinsik pada apapun (West & Turner, h. 98). Teori

ini pun menyebutkan bahwa interaksi dilakukan dengan tujuan memperoleh makna yang sama. Tema ini kemudian mendukung asumsi teori interaksi simbolik menurut Blumer (West & Turner, 2008, h. 99-100) di mana manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan pada mereka, makna diciptakan melalui interaksi antarmanusia, dan makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan, di mana perilaku dijelaskan sebagai sebuah rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara respons dan rangsangan dari orang yang berkaitan dengan makna tersebut. Makna pun dibentuk sesuai dengan kekuatan sosial yang membentuk diri mereka (West & Turner, 2008, h. 99).

Makna kemudian diciptakan melalui interaksi manusia, di mana Mead menegaskan bahwa makna dapat ada hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi (West & Turner, 2008, h. 100). Teori interaksi simbolik melihat makna yang dipertukarkan dalam komunikasi sebagai produk sosial atau ciptaan yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka melakukan interaksi satu sama lain.

Makna kemudian juga melalui proses modifikasi melalui proses interpretif, di mana menurut Blumer (West & Turner, 2008,

h. 100) proses interpretasi dilakukan dalam dua langkah. Pertama, para pelaku akan menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Kedua, interpretasi makna akan melibatkan individu untuk memilih, mengecek, serta melakukan transformasi makna di dalam konteks di mana mereka berada.

2. Pentingnya konsep diri

Teori interaksi simbolik juga berfokus pada pentingnya konsep diri, atau dalam West & Turner (2008, h. 101) merupakan seperangkat persepsi yang relatif stabil yang dipercaya individu mengenai diri mereka sendiri. Interaksi simbolik kemudian juga melihat bagaimana individu mengembangkan konsep diri tersebut, di mana individu dengan diri aktif didasarkan pada interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lainnya. Oleh karena itu, individu-individu ini pun disebut mengembangkan konsep diri mereka melalui interaksi dengan orang lain, di mana konsep diri akan memberikan motif penting bagi perilaku.

Individu kemudian belajar mengenai konsep diri mereka melalui interaksi sebagai sebuah proses, di mana konteks sosial dan interaksi menjadi hal penting untuk menyelidiki konsep diri mereka. Mead kemudian menyebutkan bahwa manusia memiliki konsep diri dan mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri, mendorong pembentukan perilaku dan sikap (West & Turner, 2008, h. 102).

3. Hubungan antara individu dan masyarakat

Tema ini berhubungan dengan kebebasan individu dan batasan sosial, di mana terdapat asumsi bahwa orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial, serta struktur sosial yang dihasilkan melalui interaksi sosial. Orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses sosial dan budaya dilihat dari norma-norma sosial yang membatasi perilaku individu. Selain itu, budaya pun secara kuat mempengaruhi perilaku dan sikap yang dianggap penting dalam konsep diri (West & Turner, 2008, h. 103).

Struktur sosial juga disebut dihasilkan melalui interaksi sosial, di mana interaksi simbolik mempertanyakan pandangan bahwa struktur sosial tidak berubah dan mengakui bahwa individu dapat melakukan modifikasi terhadap situasi sosial. Interaksi simbolik kemudian melihat bagaimana manusia membentuk konsep diri dengan pilihannya dalam interaksi.

Teori interaksi simbolik kemudian merefleksikan tiga konsep penting, yaitu pikiran, diri, dan masyarakat. Ketiganya kemudian berhubungan dalam mendukung pemaknaan simbol dan interaksi untuk pertukaran makna dari simbol tersebut.

Teori interaksi simbolik kemudian akan digunakan dalam penelitian untuk melihat proses interaksi yang dilakukan antarfans melalui *fanbase* @paimonfess. Hal ini karena interaksi simbolik sendiri menekankan pada interaksi antarindividu yang berbasis pada simbol, yang pada

penelitian ini ditunjukkan melalui fitur *tweet* pada Twitter untuk antarfans Genshin Impact dapat berinteraksi dan bertukar makna sebagai sesama penggemar *game online* tersebut. Penelitian juga akan menekankan pemanfaatan teori dalam konsep diri, sebagai pendukung untuk melihat proses pembentukan identitas virtual fans.

2. Teori Identitas Sosial

Teori yang dicetuskan oleh Henri Tajfel dan John Turner ini berpendapat bahwa identitas sosial seseorang ditentukan oleh kelompok di mana ia bergabung (West & Turner, 2008, h. 218). Teori ini mengemukakan jika seseorang termotivasi untuk bergabung dengan kelompok yang diminati dan memberikan keuntungan bagi dirinya (kelompok dalam) (West & Turner, 2008, h. 218). Ketika kelompok dalam yang dimaksudkan telah ditentukan oleh individu, maka individu akan menentukan sampai mana batasan kelompok ini berpengaruh pada identitas sosialnya.

Tajfel dan Turner (West & Turner, 2008, h. 218) mengamati jika seseorang berjuang untuk mendapatkan atau mempertahankan identitas sosial yang positif. Maka ketika seseorang merasa tidak nyaman atau puas dengan kelompok tempat mereka bergabung, ia akan bergabung dengan kelompok yang membuat dirinya lebih nyaman. Identitas sosial kemudian didasarkan pada perbandingan yang dibuat antara kelompok dalam (kelompok di mana orang merasa itu tempatnya) dan kelompok luar, yaitu kelompok di mana orang merasa itu bukan tempatnya (West

& Turner, 2008, h. 218). Komunikasi kemudian menjadi kontinum untuk lintas individu hingga lintas kelompok.

Tajfel dan Turner (Sholichah, 2016) kemudian juga mendeskripsikan tiga proses dasar untuk membentuk identitas sosial, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Identifikasi

Identifikasi sosial menurut Ellemers (Sholichah, 2016) mengacu pada sejauh mana seseorang dapat mendefinisikan diri mereka sendiri dan dilihat oleh orang lain sebagai anggota pada kategori sosial tertentu. Posisi seseorang dalam lingkungan sosial kemudian dapat dikategorikan sesuai dengan yang ditawarkan, yang kemudian membuat kelompok sosial memberikan identifikasi terhadap anggota kelompok mereka, yang bisa membuat mereka terdorong untuk bertindak sebagai anggota kelompok (Sholichah, 2016).

Ellemers, Kortekaas, & Ouwerkerk pun menambahkan, bahwa hal ini menunjukkan jika identifikasi digunakan terutama untuk merujuk pada perasaan komitmen afektif kepada kelompok (komponen emosional) daripada kemungkinan untuk membedakan antara anggota pada kategori sosial yang berbeda (komponen kognitif) dalam kelompok sosial (Sholichah, 2016).

Identifikasi menurut Tajfel (Sholichah, 2016) pun disebut sebagai identitas sosial yang melekat pada individu,

mengandung rasa memiliki terhadap suatu kelompok, serta melibatkan emosi dan nilai-nilai signifikan pada diri individu terhadap kelompok tersebut. Individu dalam tahap identifikasi kemudian didorong untuk dapat membangun identitas positif terhadap kelompoknya, agar dapat meningkatkan harga diri mereka dalam kelompok, sementara untuk identitas kelompok (sosial), individu atau kelompok kemudian melakukan apa saja untuk meningkatkan harga diri kelompok tersebut.

Hogg dan Abrams (Sholichah, 2016) juga menambahkan bahwa dalam identifikasi, terdapat pengetahuan dan nilai yang melekat dalam anggota kelompok tertentu yang mewakili identitas sosial milik individu. Identifikasi pun tidak hanya dilakukan untuk meraih identitas sosial positif, tetapi juga untuk meningkatkan keuntungan bagi masing-masing individu dalam kelompok tersebut.

2. Kategorisasi

Kategorisasi menurut Ellemers (Sholichah, 2016) merupakan tahapan pada identitas sosial yang menunjukkan kecenderungan individu untuk menyusun lingkungan sosialnya dengan cara membentuk kelompok-kelompok atau kategori yang bermakna bagi individu. Kategorisasi kemudian menimbulkan konsekuensi berupa perbedaan persepsi antara

unsur-unsur dalam kategori yang sama berkurang, sementara perbedaan dengan kategori kelompok luar lebih ditekankan.

Kategorisasi berfungsi untuk menafsirkan lingkungan sosial secara sederhana, dengan kategorisasi yang menghasilkan nilai-nilai tertentu atau stereotipe terkait kelompok yang bisa berasal dari anggota kelompok itu pula (Sholichah, 2016). Tajfel dan Turner pun menyebut bahwa kategorisasi dalam identitas sosial memungkinkan individu untuk menilai persamaan pada hal-hal yang terasa sama di dalam suatu kelompok.

Adanya kategorisasi sosial disebutkan Burke dan Stets (Sholichah, 2016) menyebabkan adanya kategorisasi diri (*self categorization*), yang merupakan asosiasi kognitif diri dengan kategori sosial dan merupakan keikutsertaan individu secara spontan sebagai bagian dari kelompok. Tajfel dan Turner (Sholichah, 2016) juga menambahkan bahwa kategorisasi menciptakan *conformity* pada individu, memungkinkan mereka untuk mempertahankan identitas sosial dan keanggotaan mereka pada kelompok. Selain itu, Tajfel dan Turner (Sholichah, 2016) menyebut bahwa kategorisasi juga membentuk identitas sosial yang dapat menjelaskan hubungan antarkelompok berupa:

- a) Kategorisasi menekankan pada berbagai hal yang terasa sama di antara anggota kelompok.

- b) Kategorisasi dapat meningkatkan persepsi mengenai homogenitas di dalam kelompok, hal ini yang memunculkan stereotipe dalam kelompok.
- c) Anggota kelompok dalam kategorisasi cenderung melakukan polarisasi dua kutub secara ekstrim, yaitu kelompok dalam (kami) dan kelompok luar (mereka) sehingga setiap individu berusaha mempertahankan keanggotaan mereka dengan konformitas (*conformity*).

3. Perbandingan Sosial

Tajfel dan Turner (Sholichah, 2016) menjelaskan perbandingan sosial sebagai proses pada pembentukan identitas sosial yang dibutuhkan individu untuk dapat membentuk identitas sosial dengan menggunakan orang lain sebagai perbandingan guna menilai sikap dan kemampuan diri individu. Perbandingan sosial kemudian membentuk identitas sosial melalui penekanan perbedaan pada hal-hal yang dirasa berbeda pada kelompok dalam dan kelompok luar.

Pada perbandingan sosial, Hogg dan Abrams (Sholichah, 2016) menjelaskan bahwa individu berusaha untuk memiliki identitas positif jika bergabung ke kelompok dalam, karena proses perbandingan sosial menjadikan individu memperoleh penilaian dari posisi dan status kelompoknya. Perbandingan

sosial dalam tingkah laku antarkelompok menurut Tajfel (Sholichah, 2016) menekankan pada beberapa hal berikut:

- a) Penilaian ekstrim terhadap kelompok luar dan kelompok minoritas, menunjukkan diferensiasi dengan kelompok minoritas.
- b) Perbandingan sosial memberikan penekanan terhadap sikap yang berbeda antarkelompok.
- c) Individu pada kelompok sub-dominan selalu menaikkan harga diri kelompoknya dengan cara menurunkan derajat kelompok lain.

Teori Identitas Sosial menurut Tajfel dan Turner juga menyebutkan, seorang individu memiliki konsep atas dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi diri sendiri (Ayun, 2015). Konseptualisasi diri yang dilakukan bersifat unik karena dilakukan oleh masing-masing individu. Misalnya terkait dengan nama atau karakteristik lain yang membedakannya dengan orang lain (Putri, 2013). Hal ini menjelaskan jika pembentukan identitas seorang individu bisa dilakukan melalui kelompok, tentunya sesuai dengan kelompok di mana individu tersebut nyaman, atau terkait juga dengan nilai emosional masing-masing individu (Putri, 2013).

Adapun karakteristik individu yang dipengaruhi kolektivistik dan berhubungan dengan komunikasi individu oleh Ayun (2015), disebutkan sebagai berikut :

1. **Orientasi Personal**; menggambarkan orientasi personal seorang individu dalam berkomunikasi dengan orang lain.
2. **Nilai-nilai individu**; nilai-nilai kepribadian seorang individu yang dipertahankan untuk menjaga kepercayaan diri saat berkomunikasi.
3. **Ekspresi diri**; memberi gambaran bagaimana individu berekspresi saat berkomunikasi dengan orang lain.

Teori ini kemudian berfokus pada bagaimana identitas diproduksi melalui kategori sosial, seperti etnisitas dan gender serta individu sebagai bagian dari struktur sosial (Ayun, 2015). Identitas kemudian menghubungkan individu dengan masyarakat melalui anggota kelompoknya yang lain, dan mempengaruhi individu dalam kepercayaan, perilaku, dan pengetahuannya. Ketika dilihat dalam perspektif komunikasi, maka pembentukan identitas ini dilakukan dengan melalui proses komunikasi bersama orang lain (Ayun, 2015). Identitas sendiri bisa diperkuat ataupun diubah dalam proses komunikasi, sehingga identitas juga bertujuan untuk membangun komunikasi itu sendiri (Ayun, 2015).

Teori identitas sosial dikontekskan dengan penelitian akan digunakan untuk melihat proses pembentukan identitas virtual tersebut. Identitas sosial sendiri mendeskripsikan identitas dalam kelompok sosial yang ada di dunia nyata, namun komunitas sosial juga terbentuk secara virtual di internet, khususnya di media sosial. Maka teori identitas

sosial akan digunakan untuk melihat proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact melalui interaksi yang dilakukan pada *fanbase @paimonfess*. Hal ini terutama ditekankan pada orientasi personal, nilai-nilai individu, serta ekspresi diri didukung dengan proses pembentukan identitas sosial, yaitu identifikasi, kategorisasi, dan perbandingan sosial seperti yang dijabarkan dalam teori ini.

3. Teori Budaya Fans

Teori Budaya Fans sering dikaitkan dengan konsumsi dari budaya itu sendiri. Bersamaan dengan sub-kultur pemuda, fans kemungkinan merupakan bagian paling terlihat dari audiens yang berhubungan dengan teks dan praktik budaya populer (Storey, 2015, h. 248). Budaya Fans sendiri menurut Storey (2015, h. 249) adalah tentang penampilan publik dan sirkulasi dari produksi makna serta praktik membaca. Fans sendiri akan membuat makna untuk dapat berkomunikasi dengan fans lainnya, dengan sirkulasi produksi makna dan penampilan publik yang krusial untuk reproduksi dari budaya fans itu sendiri.

Jenkins (Storey, 2015, h. 249) sendiri mengungkapkan, bahwa *fandom* yang terorganisir merupakan institusi dari teori dan kritik, dan merupakan ruang semi-struktural di mana terdapat kompetisi interpretasi dan evaluasi dari teks yang diajukan, didebat, dan dinegosiasikan. Para pembaca teks ini akan berspekulasi mengenai media massa dan hubungan mereka sendiri dengan media tersebut.

Budaya fans menurut Storey (2015, h. 249) juga bukan hanya organisasi dari pembaca yang antusias, mereka juga merupakan produsen budaya yang aktif. Berikut merupakan sepuluh cara yang dilakukan fans untuk menulis kembali acara televisi favorit mereka menurut Jenkins (Storey, 2015, h. 249) yang dapat dikontekskan dengan penelitian:

1. **Rekontekstualisasi**; produksi cerita pendek hingga novel yang mencoba mengisi *gap* dalam narasi siaran dan menyarankan penjelasan lebih lanjut untuk aksi tertentu.
2. **Memperluas *timeline* serial**; produksi cerita pendek hingga novel yang memberikan latar belakang ‘sejarah’ dari karakter yang tidak dieksplorasi dalam narasi siaran, juga bisa merupakan saran untuk pengembangan cerita lebih jauh di luar narasi siaran.
3. **Pemfokusan ulang**; penulis dari kalangan fans memindahkan fokus perhatian mereka dari protagonis utama ke karakter sampingan.
4. **Penyusunan ulang moral**; versi dari pemfokusan ulang di mana urutan moral dalam narasi siaran dirubah (karakter antagonis menjadi bersifat baik). Pada beberapa kasus, urutan moral tetap sama namun cerita kini disampaikan dari sudut pandang antagonis.
5. **Perubahan genre**; merubah genre dari sebuah narasi, misalnya dari genre *science fiction* ke romantis.

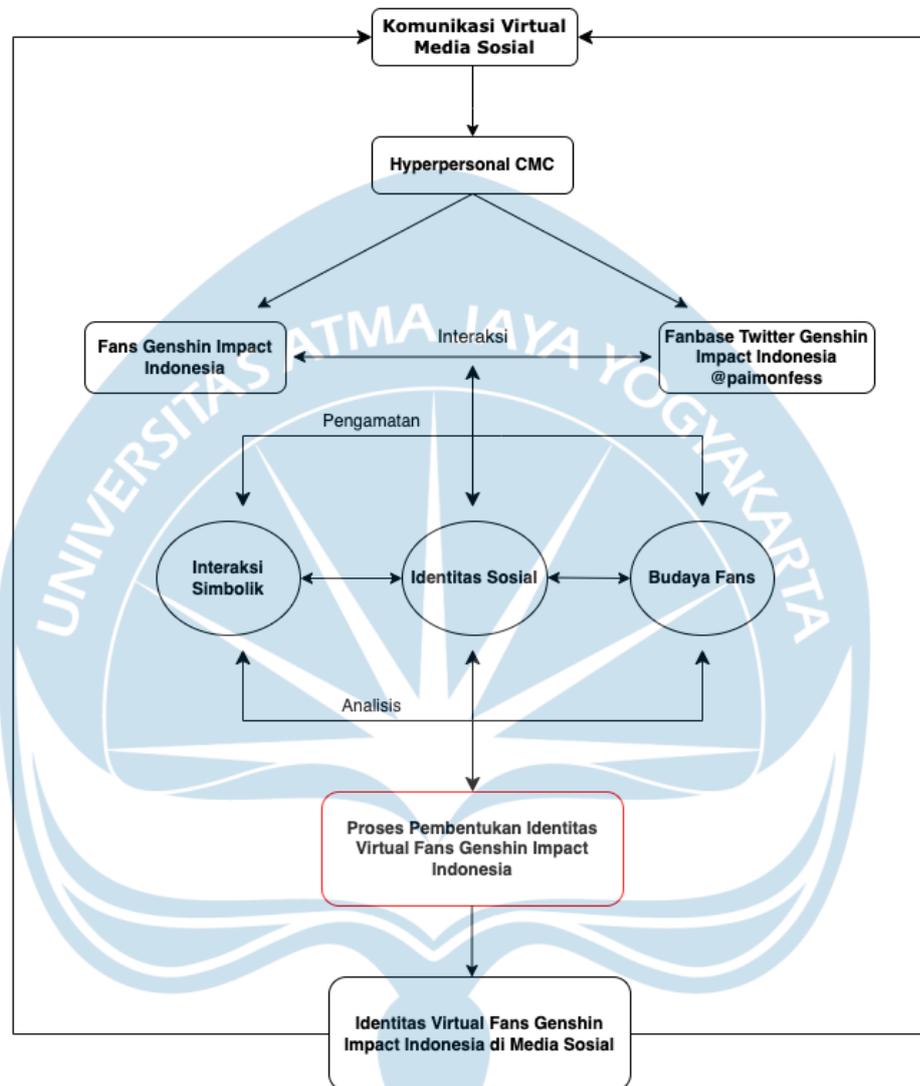
6. **Cross-overs**; karakter dari satu program televisi dihubungkan dengan karakter dari program lainnya yang tidak berhubungan sama sekali.
7. **Dislokasi karakter**; karakter dipindahkan ke dalam narasi baru, dengan identitas dan nama baru.
8. **Personalisasi**; memasukkan penulis fans ke dalam narasi versi mereka. Misalnya, fans bisa menuliskan mereka direkrut oleh karakter dalam narasi asli untuk berpetualang. Namun menurut Jenkins, sub-genre penulisan fans ini kurang disukai.
9. **Intensifikasi emosional**; produksi narasi fans berupa cerita ‘*hurt-comfort*’ di mana karakter favorit mereka, misalnya, mengalami krisis secara emosional.
10. **Erotisasi**; narasi atau cerita fans yang mengeksplorasi sisi erotis dari kehidupan karakter. Lebih dikenal sebagai fiksi ‘*slash*’ dalam sub-genre tulisan fans, dan seringkali menggambarkan hubungan sesama jenis.

Jenkins (Storey, 2015, h. 250) juga menyebutkan bahwa fans tidak hanya menuliskan narasi sebagai bagian dari produksi makna mereka dalam budaya fans, tetapi juga memproduksi video musik dengan editan yang menggunakan lagu favorit, ataupun membuat *fan art* sebagai pemaknaan baru atas karakter kesukaan mereka, dan masih banyak lagi. Selain itu, Jenkins dalam Storey (2015, h. 250) dengan menekankan pernyataan de Certeau juga menunjukkan bahwa fans merupakan

pemburu liar yang bisa menyimpan apa yang mereka peroleh, dan menggunakan barang yang telah mereka jajah sebagai fondasi untuk pembangunan komunitas budaya alternatif.

Berkaitan dengan penelitian, teori budaya fans diambil untuk melihat topik yang didiskusikan dalam interaksi antarfans. Teori juga digunakan untuk dapat mendukung deskripsi perilaku fans dalam berkomunikasi satu sama lain, untuk kemudian mendukung proses pembentukan identitas virtual yang akan diamati. Penelitian yang berfokus pada fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess kemudian relevan dengan teori ini, di mana teori pun menyebutkan fans sebagai produsen makna dan budaya yang juga melalui sirkulasi pada *fanbase* dengan adanya interaksi antarfans Genshin Impact. Sepuluh cara rekontekstualisasi dalam fandom yang dijabarkan kemudian menjadi salah satu hal yang terjadi dalam interaksi antarfans, dalam hal ini adalah fans Genshin Impact yang bisa mempengaruhi proses pembentukan identitas virtual fans.

F. KERANGKA BERPIKIR



Sumber : Peneliti, 2023

BAGAN 1
Kerangka Pikiran Peneliti

Berdasarkan bagan kerangka berpikir tersebut, penelitian akan melihat komunikasi virtual yang terjadi di media sosial, yang dalam penelitian ini adalah komunikasi virtual yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* Twitter Genshin Impact Indonesia @paimonfess. Komunikasi virtual yang

terjadi pun didukung dengan model *hyperpersonal computer-mediated communication* (CMC) yang merupakan model komunikasi dengan perantara teknologi computer. Pada penelitian ini, *hyperpersonal* CMC dilakukan melalui media sosial Twitter dan terjadi dalam interaksi fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase @paimonfess*.

Pengamatan terhadap interaksi yang terjadi akan dilakukan dengan dukungan tiga teori yang sebelumnya telah dijabarkan, yaitu teori interaksi simbolik, identitas sosial, dan budaya fans. Inti dari ketiga teori akan saling dihubungkan untuk dapat mengamati komunikasi virtual yang terjadi pada interaksi antarfans Genshin Impact Indonesia di media sosial Twitter dengan *fanbase @paimonfess*. Ketiga teori kemudian juga akan digunakan untuk dapat menganalisis hasil pengamatan interaksi yang terjadi untuk dapat mendeskripsikan tujuan utama penelitian, yaitu mengetahui proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia, terutama pada media sosial Twitter.

Memanfaatkan fitur yang disediakan oleh Twitter, yaitu *reply*, *tweet*, hingga *direct message* (DM) ketiga teori akan saling dikaitkan untuk dapat mengamati dan menganalisis proses pembentukan identitas virtual fans yang terjadi pada fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase @paimonfess*. Analisis akan menghasilkan deskripsi proses pembentukan identitas virtual fans, yang kemudian menunjukkan bentuk identitas virtual dari fans Genshin Impact Indonesia di Twitter. Identitas virtual ini kemudian kembali berhubungan dengan komunikasi virtual yang terjadi di media sosial, menunjukkan hubungan erat keduanya.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diambil adalah penelitian kualitatif, di mana penelitian kualitatif menurut Ghony dan Almanshur (2017, h. 26) merupakan sebuah proses penelitian untuk menyelidiki pemahaman dengan berdasarkan pada tradisi metodologis terpisah melalui eksplorasi terhadap masalah sosial dan manusia. Jenis penelitian ini pun menurut Ghony dan Almanshur (2017, h. 25) menekankan pada kualitas atau hal terpenting pada suatu barang atau jasa, yaitu kejadian atau fenomena sosial yang terjadi. Jenis penelitian kualitatif juga mengeksplorasi dan memperdalam fenomena sosial atau lingkungan sosial, yang terdiri atas pelaku, kejadian, tempat, dan waktu (Ghony & Almanshur, 2017, h. 25).

Fenomena sosial seperti yang dijabarkan dalam penelitian ini adalah interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter. Penelitian akan memperdalam interaksi yang terjadi untuk dapat mengetahui proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian akan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk dapat mengeksplorasi dan melihat proses pembentukan identitas virtual

fans Genshin Impact Indonesia di media sosial Twitter yang mengikuti *fanbase @paimonfess*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk dapat membuat deskripsi secara faktual, sistematis, dan akurat sesuai dengan keadaan lapangan yang dalam hal ini adalah interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase @paimonfess* di Twitter.

Metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini kemudian akan didukung dengan pendekatan etnografi virtual, di mana pendekatan etnografi sendiri dilakukan untuk dapat menyediakan deskripsi atau naratif yang mendalam mengenai komunitas atau kultur di bawah penyelidikan (Emzir, 2021, h. 18). Pendekatan ini juga diambil untuk dapat mengetahui esensi dari sebuah budaya dan kompleksitas yang dimilikinya untuk dapat memberikan gambaran sebuah kelompok, interaksi, dan latarnya (Emzir, 2021, h. 18). Pendekatan ini diambil untuk dapat mendeskripsikan proses pembentukan identitas virtual pada fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase @paimonfess* di media sosial Twitter.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara mendalam dengan narasumber. Metode observasi sendiri menurut Emzir (2021, h. 37-38) merupakan metode pengumpulan data dengan pengamatan yang berfokus pada kejadian, gejala, atau sesuatu yang secara ilmiah dilakukan dengan maksud menafsirkan serta

mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya. Adapun metode observasi yang digunakan merupakan jenis observasi partisipatif, yaitu observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan berperan serta sebagai anggota dalam komunitas yang menjadi topik penelitian (Emzir, 2021, h. 39).

Peneliti akan melibatkan diri dalam komunitas yang diteliti untuk memperdalam pengamatan atas gejala-gejala sosial yang ada, dan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengikuti akun *fanbase* @paimonfess di Twitter untuk dapat melihat interaksi yang terjadi antarfans Genshin Impact Indonesia dengan akun *fanbase* @paimonfess di Twitter. Interaksi yang dilihat berkaitan dengan penggunaan fitur Twitter, terutama *reply* terhadap *tweet* akun @paimonfess yang diunggah secara otomatis. Hal ini guna melihat proses interaksi untuk dapat dihubungkan dengan proses pembentukan identitas virtual fans, utamanya di dalam *fanbase* @paimonfess.

Pengumpulan data juga akan dilakukan dengan metode wawancara mendalam dengan narasumber, dalam hal ini adalah fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di Twitter untuk dapat memperoleh informasi sistematis yang mendukung pengumpulan data deskriptif. Wawancara yang dilakukan akan menggunakan jenis wawancara tertutup terbuka, yang menurut Emzir (2021, h. 51-52) merupakan jenis wawancara gabungan, di mana pertanyaan yang dipersiapkan peneliti akan menuntut jawaban tertutup

dengan jawaban-jawaban tertentu, untuk kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan terbuka yang menuntut jawaban tanpa batas. Data yang diambil akan digunakan untuk dapat menjabarkan proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter.

4. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan fans lainnya melalui *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter. Pengamatan akan dilakukan terhadap interaksi yang terjadi untuk dapat melihat proses pembentukan identitas virtual fans di media sosial.

5. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah para fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter. Fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* Twitter @paimonfess akan menjadi subjek dalam penelitian, di mana pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap interaksi yang terjadi serta wawancara mendalam dengan informan guna melihat proses pembentukan identitas virtual fans di media sosial. Narasumber atau informan yang akan diambil untuk wawancara akan dibagi sebagai berikut:

- a) Admin *fanbase* @paimonfess di Twitter; sebagai pengelola utama dari media interaksi antarfans Genshin Impact Indonesia

yang mengikuti *fanbase* tersebut. Wawancara dilakukan dengan admin yang masih aktif mengelola *fanbase*, tidak termasuk admin yang sudah tidak aktif mengurus *fanbase* @paimonfess.

- b) Fans sekaligus pemain Genshin Impact yang mengikuti *fanbase* @paimonfess sejak lama (kurang lebih satu tahun) serta aktif berinteraksi dengan *fanbase* tersebut, baik dalam melakukan *reply* terhadap konten yang diunggah otomatis oleh sesama pengikut akun, konten dari admin, maupun mengirim konten.
- c) Fans sekaligus pemain Genshin Impact yang belum lama mengikuti *fanbase* @paimonfess (kurang lebih enam bulan) dengan ketentuan yang sama seperti sebelumnya.
- d) Fans sekaligus pemain Genshin Impact yang mengikuti *fanbase* @paimonfess, namun tidak memperoleh *followback* sehingga tidak dapat mengirim konten untuk diunggah di @paimonfess dan hanya melakukan interaksi melalui fitur *reply* pada *tweet*.
- e) Subjek yang dipilih berdasarkan penelitian adalah dua orang yang memperoleh *follow back* dan minimal jumlah yang sama untuk yang tidak memperoleh *follow back*. Hal ini dikarenakan kesulitan dalam memperoleh *follow back* tersebut.

6. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data deskriptif, yang menurut Emzir (2021, h.3) merupakan data yang dikumpulkan dengan bentuk kata-kata atau gambar dibandingkan dengan angka. Data yang dimaksud

berisi kutipan-kutipan dari data yang telah dihimpun untuk dapat merepresentasikan hasil penelitian secara deskriptif. Pada penelitian ini, data yang dimaksud mencakup transkrip wawancara dan catatan lapangan dari observasi.

Berdasarkan pada sumber data, jenis data yang dihimpun dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder dengan deskripsi sebagai berikut:

1. **Data primer**, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari subjek utama penelitian, yang dalam penelitian ini akan diperoleh dari fans Genshin Impact Indonesia yang mengikuti *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter. Data ini pun diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber yang merupakan fans Genshin Impact Indonesia dan mengikuti *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter.
2. **Data sekunder**, yaitu data yang dikumpulkan untuk dapat menunjang penelitian dan merupakan data yang sudah hadir di lapangan. Pada penelitian ini, data sekunder dikumpulkan melalui observasi terhadap bentuk interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter serta identitas virtual yang ditunjukkan secara langsung melalui profil media sosial fans. Data ini selanjutnya akan dimanfaatkan untuk dapat mendukung penelitian terkait proses pembentukan identitas virtual tersebut.

7. Triangulasi Data

Triangulasi data menurut Hardani dkk. (2020) diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi dalam implementasinya sendiri merupakan upaya peneliti untuk mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data yang dikumpulkan dari berbagai sumber data untuk penelitian.

Pada penelitian ini, sumber data diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk melihat interaksi yang terjadi pada fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* @paimonfess di media sosial Twitter. Triangulasi data pun dilakukan berdasarkan dua jenis berikut (Hardani, dkk., 2020):

1. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik merupakan triangulasi data yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda guna memperoleh data dari sumber yang sama (Hardani, dkk., 2020). Teknik pengumpulan data yang berbeda-beda digunakan pada sumber data yang sama secara serempak untuk dapat menguji kredibilitas atau keabsahan data.

Triangulasi teknik pada penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap sumber data yang sama, yakni interaksi di media sosial Twitter antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase*

@paimonfess, khususnya fans sekaligus pemain yang juga mengikuti *fanbase* tersebut. Hal ini dilakukan untuk dapat membandingkan antara data yang diperoleh berdasarkan wawancara langsung bersama informan dengan data yang diperoleh berdasarkan observasi partisipatif.

Triangulasi teknik dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif atas sumber data yang sama, dalam hal ini adalah interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* @paimonfess di Twitter dilakukan untuk dapat menguji kredibilitas data yang diperoleh dari dua teknik pengumpulan data tersebut serta memperdalam perspektif atas data terkait.

2. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber menurut Hardani dkk. (2020) merupakan triangulasi dengan data yang diperoleh dari sumber berbeda-beda dan teknik yang sama. Triangulasi sumber berkaitan dengan penelitian ini berhubungan dengan teknik pengumpulan data dengan observasi partisipatif. Sumber data tidak akan terbatas pada interaksi yang terjadi, tetapi juga dari profil Twitter fans terkait hingga akun khusus admin *fanbase* @paimonfess. Hal ini dikarenakan akun-akun tersebut saling berhubungan pada sumber data utama, yaitu interaksi yang terjadi antara fans Genshin Impact Indonesia dengan *fanbase* @paimonfess di Twitter.

Triangulasi sumber akan menguji kredibilitas data yang dikumpulkan dari berbagai sumber dengan teknik pengumpulan data yang sama, yakni observasi yang dilakukan pada akun-akun terkait dengan interaksi *fanbase* dan fans, mendukung keabsahan data yang dikumpulkan.

Triangulasi data menurut Stainback (Hardani, dkk., 2020) selanjutnya dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data yang telah ditemukan. Triangulasi juga dilakukan guna memperkuat setiap data yang dikumpulkan dibandingkan dengan satu pendekatan saja.

8. Metode Analisis Data

Metode analisis data akan dilakukan berdasarkan model Miles dan Huberman, di mana terdapat tiga kegiatan untuk analisis data sebagai berikut (Emzir, 2021, h. 129-135):

1. Reduksi Data

Reduksi data menurut Emzir (2021, h. 129) merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, serta pentransformasian 'data mentah' yang telah dikumpulkan peneliti di lapangan. Reduksi data pun dilakukan sejak sebelum penelitian dilakukan, saat berlangsung, hingga akhir penelitian untuk dapat disajikan sebagai data deskriptif. Reduksi atau perampingan atas data penelitian dilakukan dengan melihat kesamaan dan perbedaan

yang terdapat pada data yang diperoleh, untuk kemudian dilakukan peringkasan terhadap data tersebut (Hardani, dkk., 2020).

Pada penelitian ini, reduksi data akan dilakukan selama data dikumpulkan dengan observasi partisipatif dan wawancara mendalam dengan informan. Data akan diseleksi sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu melihat proses pembentukan identitas virtual fans Genshin Impact Indonesia di media sosial Twitter yang mengikuti *fanbase* @paimonfess.

2. Model Data

Model data atau *data display* menjadi langkah kedua untuk analisis data, di mana Emzir (2021, h. 131) mendeskripsikan model data sebagai sebuah kumpulan informasi yang tersusun untuk kemudian dapat dilakukan deskripsi dan pengambilan kesimpulan dan tindakan. Model data sendiri sama halnya seperti melakukan penyajian data, setelah dilakukan reduksi data sesuai dengan keperluan penelitian. Penyajian data pun dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hingga hubungan antara kategori data (Hardani, dkk., 2020).

Penyajian data pada penelitian ini menggunakan salah satu model penyajian data menurut Miles dan Huberman (Hardani, dkk., 2020), yaitu model matrix data peran untuk dapat mendeskripsikan pendapat, sikap, hingga kemampuan subjek dalam penelitian. Hal ini berkaitan dengan pembagian informan untuk wawancara pada

penelitian ini yang memiliki peran berbeda dalam interaksi yang akan diamati, guna menunjukkan data terkait interaksi yang akan digunakan untuk dapat mendeskripsikan proses pembentukan identitas virtual fans.

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah dikumpulkan, direduksi sesuai dengan keperluan penelitian, kemudian akan ditarik kesimpulannya. Kesimpulan sendiri disebut telah digambarkan sejak awal penelitian, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memroses data secara induktif (Emzir, 2021, h. 133). Kesimpulan kemudian berperan sebagai penghubung antara sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data penelitian untuk kemudian disusun sebagai sebuah analisis (Emzir, 2021, h. 134). Kesimpulan penelitian dari analisis data akan melihat hubungan antara apa yang dilakukan, bagaimana melakukan, hingga hasil dari penelitian tersebut (Hardani, dkk., 2020).

Model analisis data yang selanjutnya akan digunakan adalah model interaktif, di mana menurut Miles dan Huberman (Hardani, dkk., 2020) merupakan analisis data yang dilakukan dengan proses reduksi dan penyajian data memperhatikan hasil data yang dikumpulkan, untuk kemudian dapat dilakukan proses penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Pada penelitian ini, model interaktif diambil untuk dapat mendalami observasi dengan didukung sumber data utama, yaitu wawancara mendalam dengan informan. Interaksi antarfans untuk melihat proses pembentukan identitas virtual akan direduksi hingga memasuki tahap penyajian data untuk kemudian diambil kesimpulannya.

