



Budaya Penggemar dalam Membaca *Fan Fiction* NCT di Twitter

Nilna Zahrul Aini^{*1}, Ade Kusuma²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: nilnazahrul@gmail.com, ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-10-12 Revised: 2023-11-23 Published: 2023-12-02	The development of the K-Pop world is expanding globally, especially in Indonesia. Alongside technological advancements that serve as a gateway to Korean wave information, it has become easier for NCT fans to engage in various digital fandom activities. The presence of fan fiction as a fan culture product is intriguing for research. Fan fiction showcases fictional stories based on fans' imaginations about their idols. The purpose of this study is to describe fan culture when reading NCT fan fiction on Twitter. The research method used is qualitative descriptive, with data collected through in-depth interviews, literature reviews, and documentation. The results of this study explain that NCT fan culture in consuming fan fiction can be found in four internet fandom contexts: communication, creativity, knowledge, and organization, as well as civil influence. The research reveals communication relationships among writers, readers, and fellow readers who use fan-speaking. In the digital era, fan fiction is one of the key aspects of fan culture that plays a vital role in the growth of fandom. Fan fiction writers combine elements of Indonesian local culture with foreign cultures, such as South Korean culture, to provide new insights to readers about specific cultures.
Keywords: <i>Digital Fandom;</i> <i>Fan Culture;</i> <i>NCT Fan Fiction.</i>	
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-10-12 Direvisi: 2023-11-23 Dipublikasi: 2023-12-02	Perkembangan dunia K-Pop semakin merambah ke mancanegara khususnya Indonesia. Diiringi dengan kemajuan teknologi yang menjadi wadah akses informasi terhadap Korean wave menyebabkan mudahnya para fans NCT melakukan beberapa aktivitas digital fandom. Kehadiran <i>fan fiction</i> sebagai produk budaya penggemar menarik untuk diteliti. <i>Fan fiction</i> menampilkan cerita fiksi tentang imajinasi para penggemar terhadap idolanya. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan budaya penggemar saat membaca fan fiction NCT di Twitter. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa budaya penggemar NCT dalam mengonsumsi <i>fan fiction</i> dapat ditemukan dari empat konteks bidang fandom di internet, yaitu komunikasi, kreativitas, pengetahuan, serta organisasi dan kekuatan sipil. Penelitian mengungkap adanya hubungan komunikasi antara penulis, pembaca, dan sesama pembaca yang menggunakan fan speaking. Di era digital, <i>fanfiction</i> adalah salah satu aspek budaya penggemar yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan fandom. Penulis <i>fan fiction</i> menggabungkan unsur budaya lokal Indonesia dengan budaya asing, seperti budaya Korea Selatan, untuk memberikan wawasan baru kepada pembaca mengenai budaya tertentu.
Kata kunci: <i>Budaya Penggemar;</i> <i>Fiksi Penggemar NCT;</i> <i>Fandom Digital.</i>	

I. PENDAHULUAN

Perkembangan *Korean Wave* selalu menjadi topik menarik untuk dibahas dan seperti tidak ada habisnya. *Korean Wave* yang berniat menguasai pasar Asia secara mengejutkan mampu memperluas pasarnya ke seluruh benua. *Korean Wave* dimulai di negara asalnya, Korea Selatan dan menyebar ke seluruh dunia, dari Asia hingga Eropa dan Amerika. Perjalanan *Korean Wave* dibagi menjadi beberapa periode. Menurut Kim (2015:154), periode *Hallyu* dibagi menjadi empat periode: *Hallyu* 1.0 mencakup K-Drama (serial drama Korea), *Hallyu* 2.0 mencakup K-Pop

(musik pop Korea), *Hallyu* 3.0 mencakup K-Culture (Bahasa Korea), budaya), dan *Hallyu* 4.0 termasuk K-Style (gaya hidup Korea). Sedangkan musik K-Pop mulai populer di Indonesia pada tahun 2000-an. Kehadiran *boy group* dan *girl group* dengan visual memukau, *dance* energik, *easy listening*, dan lagu-lagu yang membuat orang ingin menjadi bagian darinya. Salah satu *boygroup* yang terkenal di Indonesia adalah NCT. NCT merupakan singkatan dari *Neo Culture Technology*.

Lee Soo Man, pendiri S.M. *Entertainment* menyebutkan bahwa konsep dari grup ini adalah

mempunyai anggota yang tak terbatas, yang terbagi menjadi beberapa *sub-unit* berbasis dari berbagai kota di dunia. Kepopuleran NCT membuat NCT sering kembali ke Indonesia. Kesuksesan NCT tentu bukan lain adalah berkat keberadaan *fandom* nya, yakni NCTzen atau *시제니* dibaca *Sijeuni* yang memiliki arti sebagai *Seasons, Czens* (Musim). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kumpulan penggemar (artis, klub olahraga, film, dll.) yang biasa bertukar informasi atau melakukan aktivitas bersama secara online dan offline (Nurtaeni, 2021). Setiap *fandom* dalam grup K-Pop juga memiliki nama yang berbeda, para penggemar bersatu dalam *fandom* yaitu sebuah subkultur yang dibangun oleh para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama. Setiap penggemar memiliki caranya masing-masing untuk menunjukkan loyalitas mereka terhadap idolanya. Beberapa cara yang peneliti simak terkait dengan loyalitas yakni *fans production*. *Fans production* mencakup *meme, fan edit, fan cover* dan *fanfiction*. Salah satu *fans production* yang ingin peneliti teliti adalah *fan fiction*. *Fan Fiction* menurut Thomas (2006: 226) adalah karya sastra yang meminjam latar, plot, tokoh, dan gagasan dari semua bentuk budaya populer dalam upaya merangkai kisah-kisah baru yang dibangun di atas cerita yang ada dalam segala gaya dan bentuk. *Fan Fiction* ini begitu populer dan banyak diminati termasuk di kalangan penggemar K-pop. Seperti cerita fiksi pada umumnya, *fan fiction* juga disajikan dalam berbagai genre, seperti horor, misteri, *romance, friendship, thriller*, komedi, dan lain-lain.

II. METODE PENELITIAN

Kajian ini akan mengumpulkan data dari berbagai sumber, dari hasil data primer maupun sekunder, diantaranya: wawancara mendalam dan studi Pustaka. Data yang dikumpulkan kemudian diolah untuk dianalisis. Dalam penelitian ini data tersebut didapatkan menggunakan teknik penentuan informan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu oleh peneliti sehingga penentuannya atas dasar pertimbangan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan informan, yakni melalui pemilihan informan sesuai dengan kriteria informan. Mereka dipilih karena mengikuti (*follow*) akun Twitter @NCTsmtown, mengonsumsi *fan fiction* NCT yang ada di Twitter, mengikuti akun Twitter author *fan fiction* @Kejeffreyan dan @Alesacakes dan mengikuti akun Twitter *author fan fiction*

lainnya. Data yang sudah disimpulkan kemudian diolah melalui beberapa tahapan. Dari reduksi data, penyajian analisis data dan menarik kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fan Fiction ada pada tingkat struktural yang paling mendasar, yaitu teks tertulis: ia berubah, tumbuh, dan terus berhubungan dengan kehidupan kreatif penulis dalam perjalanan komunikasi yang terjalin melalui kehidupan komunal (Smith, 1992). Yang menarik dari *fan fiction* adalah, terlepas dari fakta bahwa cerita yang dibuat tidak didasarkan pada cerita aslinya, banyak hal yang terus berubah dan berkembang. Ide penggemar juga berkontribusi pada pembentukan narasi tambahan, yang menghasilkan banyak perspektif tentang sebuah cerita.

Peneliti melakukan kegiatan pengumpulan data dengan metode wawancara mendalam terhadap lima orang NCTZEN yang membaca *fan fiction* di aplikasi Twitter untuk mengetahui dan menganalisis data *fan fiction* di Twitter ke dalam empat bentuk budaya penggemar di era digital menurut teori Lucy Benneth. Benneth (2014) menjelaskan bahwa ada empat konteks dalam budaya penggemar. Konteks budaya penggemar di era internet, meliputi: (1) Komunikasi (2) Kreativitas (3) Pengetahuan (4) Organisasi dan Kekuatan sipil.

1. Komunikasi

Komunikasi antar fans dipengaruhi oleh adanya jaringan internet dan media sosial dalam hal komunikasi. Konteks ini berkaitan dengan bagaimana penggemar berkomunikasi daripada bagaimana komunikator mengirimkan pesan kepada komunikan. Menurut Benneth (2014), *followers* kini juga dapat berkomunikasi melalui berbagai platform media, seperti halnya Twitter. Fans dapat berkomunikasi dengan fans lain, serta memperoleh informasi dari akun resmi, idola, atau komunitas *fandom* mereka sendiri.

Yang pertama adalah kontak pembaca-ke-pembaca. Pembaca dapat mendiskusikan *fan fiction* yang mereka baca dan merekomendasikan buku satu sama lain. Proses komunikasi ini seringkali melibatkan karakter yang mereka sukai, ide cerita yang unik, dan asumsi mengenai kelanjutan cerita. Yang kedua, peneliti juga menemukan adanya komunikasi antara pembaca *fan fiction* dan penulis atau penulis *fan fiction*. Biasanya, penulis meluangkan waktu untuk berkomunikasi dengan pembaca menggunakan alat

media sosial seperti aplikasi Twitter atau Instagram. Kehadiran kolom posting komentar berupa pujian atau kritik memungkinkan penulis dan pembaca untuk berkomunikasi. Penulis tidak hanya berkomunikasi secara terbuka, tetapi mereka juga menggunakan Tellonym, layanan pesan anonim, untuk menyediakan kolom pengiriman pesan anonim dari penulis lain. Peneliti menemukan adanya interaksi komunikasi yang terjalin antara penulis dan pembaca serta sesama pembaca yang menggunakan *fan speak*. Yaitu menyebut nama member NCT Mark menjadi Mahen, Penyebutan istilah *fan fiction* menjadi AU (*Alternative Universe*).

2. Kreativitas

Pada konteks yang kedua yakni kreativitas. Peneliti menemukan karya *fan fiction* NCT yang ada di Twitter meliputi, sebagai berikut: (1) adanya lokalisasi nama anggota group idol; (2) penggunaan desain *cover fan fiction* dan ilustrasi gambar/video; (3) gaya penulisan yang menggunakan bahasa Indonesia dan dipadukan dengan penggunaan bahasa asing (bahasa Korea dan bahasa Inggris); (4) adanya *self-producing* cerita fiksi; dan (5) alur cerita yang tidak mudah ditebak. Empat dari lima informan yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka menyukai unsur lokalisasi budaya Indonesia yang ada di dalam *fan fiction* yang dibaca. Salah satunya adalah mengubah nama idola mereka menjadi nama lokal Indonesia. Contohnya seperti mengubah nama Mark menjadi Mahen, Haechan menjadi Haekal, Jaehyun menjadi Jamal, Doyoung menjadi Dimas, dan Jungwoo menjadi Juan. Mereka dapat membayangkan idola favoritnya menjadi orang Indonesia dan cukup berkaitan dengan cerita yang ditampilkan.

Tiga dari lima informan menganggap alur cerita yang tidak biasa dan tidak mudah ditebak, membuat mereka merasa bahwa membaca *fan fiction* jadi lebih menarik dan menantang. Informan lain setuju bahwa ilustrasi dalam bentuk foto atau video meningkatkan pengalaman membaca *fan fiction*. Penemuan ini memudahkan pembaca untuk melihat karakter di kepala mereka. Informan terakhir menyatakan bahwa pengembangan karakter dan penggunaan bahasa yang tepat dalam sebuah cerita membuat *fan fiction* menjadi lebih menarik.

Gaya penulisan yang memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa asing dalam pembicaraan karakter *fan fiction* adalah bagian

dari fase orisinalitas berikutnya. Saat karakter berbicara atau dalam narasi yang diterbitkan, bahasa asing biasanya digunakan. Bahasa asing yang digunakan beragam, misalnya bahasa Inggris, Belanda, dan Korea. *Fan fiction* yang menerbitkan sendiri adalah praktik umum yang dapat dilihat di Twitter. Sebagian besar dari mereka mencari subjek penting, menulis kerangka cerita, memodifikasi desain atau gambar, dan bahkan memposting di media sosial mereka sendiri. Satu dari setiap lima responden mengatakan dia telah menulis *fan fiction*nya sendiri. Menurut Benneth (2014), menulis dan membawakan lagu, membuat karya, dan menulis *fan fiction* adalah contoh kreativitas.

3. Pengetahuan

Konteks ketiga yaitu pengetahuan. Membaca *fan fiction* dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya. Satu dari lima informan belajar tentang budaya Eropa, latar belakang, dan beragam kebiasaan dari *fan fiction* yang mereka baca. Ia belajar banyak tentang budaya Eropa dari cerita-cerita yang diceritakan kepadanya. Penggunaan backdrop di tempat-tempat tertentu di Indonesia juga memberikan tambahan wawasan tentang adat dan bahasa setempat. Pembaca dapat mempelajari tentang apa yang dilakukan orang di lokasi tertentu dengan membaca *fan fiction*. Pengetahuan lainnya adalah detail pekerjaan dan kebiasaan karier karakter. Karakter dalam fiksi sering diberi pekerjaan yang tidak biasa seperti koki, manajer, arsitek, penjual bunga, atau bahkan penata rias. Pembaca dapat mempelajari tentang profesi ini dengan sangat detail. Misalnya, proses pembuatan masakan yang panjang, studi panjang untuk mendapatkan gelar arsitek, atau sibuk sebagai penata rias pada musim tertentu. Selain itu, penggunaan bahasa asing dalam cerita mendidik pembaca untuk memahami bahasa asing dalam diskusi biasa.

4. Organisasi dan Kekuatan Sipil

Terakhir dalam konteks organisasi dan kekuatan sipil. Fandom mampu menunjukkan usaha aktif mereka untuk mampu mencapai suatu tujuan. (Benneth, 2014). 2 dari 5 informan pernah melakukan voting untuk cover buku *fan fiction* yang akan diterbitkan oleh author *fan fiction* itu sendiri. Pilihan voting cover buku yang paling banyak yang akan dicetak sebagai cover buku yang diterbitkan. Penulis *fan fiction* memiliki

followers yang dapat digerakkan untuk melakukan suatu hal tertentu yang mencapai tujuannya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Budaya penggemar NCT dalam mengonsumsi *fan fiction* dapat ditemukan dari empat konteks bidang fandom di internet, yaitu komunikasi, kreativitas, pengetahuan, serta organisasi dan kekuatan sipil. Peneliti menemukan adanya interaksi komunikasi yang terjalin antara penulis dan pembaca serta sesama pembaca yang menggunakan *fan speak*. *Fan Fiction* merupakan bagian dari budaya penggemar di era digital. Karena *fan fiction* memiliki peran untuk memperkuat fandom. *Penulis fan fiction* merupakan penggemar yang juga berperan menjadi produsen teks dan menampilkannya pada media sosial, seperti halnya Twitter. Penulis memadukan penggunaan unsur budaya lokal Indonesia dengan budaya asing (seperti halnya budaya Korea Selatan) sehingga memberikan pembaca pengetahuan baru mengenai budaya tertentu. Peneliti juga menemukan adanya kekuatan dari penulis *fan fiction* untuk menggerakkan pengikutnya melakukan hal tertentu guna memenuhi tujuannya.

B. Saran

Temuan penelitian ini dibatasi pada satu jenis budaya penggemar, yaitu budaya penggemar, khususnya *fan fiction* yang terdapat di Twitter. Diharapkan bahwa penelitian selanjutnya akan memeriksa penggemar produksi yang berbeda, dan penelitian ini akan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian di masa depan. Sehingga kajian penelitian ini dapat diperluas dengan penyelidikan lebih lanjut yang sifatnya serupa. Lokalisasi budaya Indonesia dalam *fanfiction* yang enak dibaca adalah bagian kreatif dari fandom digital *fanfiction*. Salah satunya adalah mengganti nama idola mereka dengan bahasa Indonesia lokal. Pengembangan karakter dan penggunaan bahasa yang tepat dalam sebuah cerita membuat *fan fiction* lebih menarik. Gaya penulisan yang memadukan bahasa asing dalam pembicaraan karakter *fan fiction* adalah bagian dari fase orisinalitas berikutnya.

Pengetahuan *fanfic* digital fandom, intinya memperoleh informasi tentang budaya, latar belakang, dan kebiasaan individu lainnya berdasarkan latar belakang cerita dari

fanfiction yang dibacanya. Dalam *fan fiction*, pengetahuan lain adalah kekhususan pekerjaan dan kebiasaan karakter. Menurut temuan studi tersebut, tidak ada aspek organisasi dan otoritas sipil yang ditemukan dalam fandom digital saat membaca *fan fiction* oleh NCTzen.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, M., & Asrori, M. (2016). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: Bumi Aksara
- Anisya, N. (2021). Top Grup Kpop Generasi ke-4 yang Disukai Remaja, Ada Idol Indonesia! POPMAMA. Diakses pada 20 Maret 2023.
- Benneth, Lucy. (2014). Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of Fan Studies and Digital Fandom.
- El Farabi, Q. N. S. (2020). Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 34-52.
- Fatmawati, E. (2013). Studi komparatif kecepatan temu kembali informasi di depo arsip Koran Suara Merdeka antara sistem simpan manual dengan foto repro (Doctoral dissertation, Jurusan Ilmu Perpustakaan).
- Fauziah, N. F. (2021). Cerita Dikta dan Hukum sempat viral di Twitter pada 2020 silam dan telah dibuat menjadi novel. Brilio.Net. Diakses pada 20 Maret 2023.
- Gooch, B. (2008). The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom. Thesis. Georgia Institute of Thecnology.
- Jenkins, Henry. (2013). Textual Poachers: Television and Participatory Culture Studies in Culture and Communication. New York: Routledge.
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(03), 196-202.
- Korean Culture and Information Center. (2011). The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon. Republic of Korea: Ministry of Culture, Sports and Tourism.

- Korean Culture and Information Service. (2011). A New Pop Culture Phenomenon the Korean Wave. Republic of Korea: Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Kusnario, R. (2020). Mengenal Sejarah K-pop dan Generasinya. Moco Academy. Di akses pada 19 Maret 2023.
- Lewis, Lisa A. (2002). *The Adoring Fans: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.
- Lewis, D. (2004). Understanding the Power of Fan Fiction for Young Authors. Diakses dari <https://www.thefreelibrary.com/Understanding+the+power+of+fan+fiction+for+young+authors.-a0114326743The>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Meivita Ika Nursanti. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakary.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2nd ed.). SAGE Publications Inc.
- Nadya Syaharani & Adi Bayu Mahadian. (2017). Perilaku Menulis Fanfiction oleh Penggemar Kpop di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(2): 200–220.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nawan, S. (2022). Komodifikasi Fandom: Studi pada Penggunaan Media Digital Fandom Boyband BTS di Indonesia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(1): 44-69.
- Negus, K. (2015). Digital Divisions and the Changing Cultures of the Music Industries (or, the Ironies of the Artefact and Invisibility). *Journal of Business Anthropology*, 4(1), 151. <https://doi.org/10.22439/jba.v4i1.4793>
- PUTRI, M. (2018). *Fanatisme Pecinta K-Pop di Surabaya (Studi Fans pada Penggemar Musik Korea Usia Dewasa dengan Metodologi Kualitatif)*. Doctoral dissertation. UPN Veteran Jawa Timur.
- Rochmawati, S. (2022). NCTzen Merapat, ini Rekomendasi Buku yang Diangkat dari AU Cast NCT! Gramedia Blog. Diakses pada 20 Maret 2023.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.
- Sari, Permata Ratna. 2012. Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja. *Jurnal Komunikasi*. Vol.6 No.2
- Sa'diyah, S. S. (2019). *Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)*. Doctoral dissertation. UPN Veteran Jatim.
- Syahrani, N., & Mahadian, A. B. (2017). Perilaku Menulis Fanfiction oleh Penggemar Kpop di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*. 6(2), 200-219.
- Tionardus, M. (2022). Perbedaan Idol Kpop Generasi 1, 2, 3, 4. Kompas. Diakses pada 19 Maret 2023.
- Yasmine, F. N. (2022). Popularitas NCT Dream yang Semakin Tinggi di Indonesia. Kompasiana. Diakses pada 20 Maret 2023.