

## Diantara Batas Ideologi Dan Kreativitas *Fandom* (*Fanfiction* Ekspresi Karya Tulis Di *New Media*)

Sarifah<sup>1</sup>, Ike Desi Florina<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bengkel Sinema, Tegal, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Indonesia

[ghonisasyarifah@gmail.com](mailto:ghonisasyarifah@gmail.com)<sup>1</sup>; [ikeflorina@upstegal.ac.id](mailto:ikeflorina@upstegal.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

This article discusses the phenomenon of fanfiction writing in the context of social media X, which combines fandom creativity with ideologies related to idol worship. This study aims to explore how fanfiction writers on social media platform X create works within the constraints of fandom ideology, using a qualitative approach and case studies on three K-Pop fandom accounts: Carat (Seventeen), Stay (Stray Kids), and Teume (Treasure Maker). Data collection methods include content observation of fanfiction, in-depth interviews, and documentary studies. The results of the study show that AU (Alternate Universe) fanfiction has become a form of creative expression that allows fans to express their ideologies in narratives that are personal and subversive. The writing of AU fanfiction also reflects the social and ideological dynamics within the fandom community, where fans are not only consumers of popular culture but also active producers who play a role in shaping digital culture. This research also highlights the challenges faced by fanfiction writers, such as conflicts between fandoms and technical limitations on social media platforms.

**Keywords:** fanfiction, ideology, creativity, fandom, social media X.

### Abstrak

Artikel ini membahas fenomena penulisan fanfiction dalam konteks media sosial X, yang menggabungkan kreativitas fandom dengan ideologi yang terkait dengan kecintaan terhadap idola. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana penulis fanfiction di media sosial X menciptakan karya dalam batasan ideologi fandom, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus pada tiga akun fandom K-Pop, yaitu Carat (Seventeen), Stay (Stray Kids), dan Teume (Treasure Maker). Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi konten fanfiction, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanfiction AU (Alternate Universe) menjadi bentuk ekspresi kreatif yang memungkinkan para penggemar untuk mengekspresikan ideologi mereka dalam narasi yang bersifat personal dan subversif. Penulisan fanfiction AU ini juga mencerminkan dinamika sosial dan ideologis dalam komunitas fandom, di mana para penggemar tidak hanya menjadi konsumen budaya populer, tetapi juga produsen aktif yang berperan dalam membentuk budaya digital. Penelitian ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi oleh penulis fanfiction, seperti konflik antar fandom dan keterbatasan teknis dalam platform media sosial.

**Kata Kunci:** fanfiction, ideologi, kreativitas, fandom, media sosial X.

### PENDAHULUAN

Konsep ideologi bukanlah sesuatu yang telah lama dalam sejarah. Wismoyo (dalam Sutikna, 2008 : 207) menyatakan sebagian besar ideologi yang kita kenal sekarang saat ini berasal dari abad sembilan belas. Kata ideologi baru muncul pada revolusi Perancis. Pada waktu itu 'les ideologues' merupakan sebutan bagi sekelompok intelektual yang menginginkan masyarakat Perancis menjadi masyarakat yang rasional dan ilmiah, yang mereka usahakan melalui rancangan sistem pendidikan nasional. Paham mereka dipelopori oleh filsuf Destutt de Tracy melalui konsep mengenai 'science of ideas', yang menyatakan bahwa ilmu mempunyai tujuan menolak pemikiran metafisik dan melenyapkan prasangka dari pikiran manusia, agar manusia siap menggunakan penalaran yang rasional. Dari konsep *science of ideas* sebagaimana dikembangkan oleh Tracy tersebut, ideologi memiliki keluwesan makna. Ia dapat dirumuskan dalam pengertian yang luas sebagai teori yang berorientasi pada tindakan, atau secara sempit sebagaimana yang sering dianjurkan oleh para ahli.

Secara etimologis, kata ideologi berasal dari bahasa Greek yang terdiri atas kata *idea* dan *logia*. *Idea* berasal dari *idein* yang berarti melihat. *Idea* dalam *Webster's New Calligate Dictionary* berarti "something existing in the mind as the result of the formulation of an opinion, a plan or the like" (sesuatu

yang ada di dalam pikiran sebagai hasil perumusan sesuatu pemikiran atau rencana). Sedangkan *logis* berasal dari kata *logos* yang berarti *word*. Kata ini berasal dari *legein* yang berarti *to speak* (berbicara), *logia* berarti *science* (pengetahuan) atau teori (Sobur, 2004:64).

Secara terminologis, istilah ideologi didefinisikan oleh banyak kalangan secara berbeda-beda. Dalam pengertian yang paling umum dan lunak, ideologi adalah pikiran terorganisir, yakni nilai, orientasi, dan kecenderungan yang saling melengkapi sehingga membentuk perspektif-perspektif ide yang diungkapkan melalui komunikasi dengan media teknologi dan komunikasi antar pribadi (Sobur, 2004:64).

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru. Selain itu, kreativitas juga merupakan hal-hal yang membuat kita takjub dengan hal-hal baru, karena kreativitas bisa mewujudkan ide-ide cemerlang kita.

Pengertian kreativitas dapat ditinjau dari empat dimensi yakni *person*, *process*, *product*, dan *press*. Kreativitas dilihat dari dimensi *person* dikemukakan oleh Sternberg (Sudarma, 2013:20), seseorang yang kreatif adalah orang yang dapat berpikir secara sintesis, artinya dapat melihat hubungan-hubungan di mana orang lain tidak mampu melihatnya, dan mempunyai kemampuan untuk menganalisis ide-idenya sendiri serta mengevaluasi nilai ataupun kualitas karya pribadinya, mampu menerjemahkan teori dan hal-hal yang abstrak ke dalam ide-ide praktis, sehingga individu mampu meyakinkan orang lain mengenai ide-ide yang akan dikerjakannya. Definisi kreativitas yang menekankan dimensi *process* diuraikan oleh Munandar (Murniati, 2012:10), "*Creativity is a process that manifest it self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking,*" artinya, kreativitas adalah suatu proses yang tercemrin dalam kelancaran, kelenturan (fleksibilitas) dan originalitas dalam berfikir.

Pengertian kreativitas sebagai sebuah *product* dijelaskan oleh Basuki (Sudarma, 2013:19) kreativitas sebagai kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru. Definisi kreativitas dilihat dari dimensi *press* atau sebuah kekuatan yang ada dalam individu diungkapkan oleh John Adlair (Sudarma, 2013:18), "*Creativity is the faculty of mind and spirit that enables us to bring into existence, ostensibly out of nothing, something of use, order, beauty or significance.*"

Ciri-ciri Kreativitas dapat dibedakan ke dalam ciri kognitif dan nonkognitif. Yang termasuk ke dalam ciri kognitif sama dengan ciri berpikir kreatif yaitu orisinalitas, fleksibilitas, dan elaborasi. Sedangkan yang termasuk ke dalam ciri nonkognitif adalah motivasi, sikap, dan kepribadian kreatif.

Perkumpulan *fans* atau biasa disebut *fandom* adalah sebutan untuk seorang penggemar sebagai bentuk dukungan pada idolanya. Biasanya mereka membuat nama *fandom* itu sendiri atau sang idola langsung yang memberi nama *fandom* nya.

*Fandom* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti 'kepenggemaran' atau kumpulan/basis *fans*. Awalnya kata *fandom* berlaku untuk dan dapat digunakan untuk kumpulan atau grup apa saja, namun seiring berjalannya waktu istilah ini melekat dan menjadi karakter khas di dunia K-Pop. Di kalangan penggemar K-Pop, penyebutan *fandom* adalah abreviasi dari *fan kingdom* yang merujuk kepada kelompok penggemar dari idol Korea.

Beragam cara bagi *fandom* untuk menunjukkan kecintaannya terhadap para idolanya. Mereka mendukung baik secara langsung dengan menonton konser, hingga mengikuti seluruh aktifitas idola melalui media sosial. Tak luput bentuk kecintaan mereka hadir melalui ragam kreativitas tulisan yang menunjukkan kekaguman, fantasi mereka atas idolanya hingga sebuah bentuk karya tulis populer dimedia sosial.

Budaya populer dapat didefinisikan sebagai budaya yang diproduksi untuk massa, baik berupa film, drama, musik maupun tulisan (buku). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata populer memiliki artian "disukai dan dikenal banyak orang, yang pada umumnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat, suatu budaya yang mudah dipahami dan disukai orang banyak". Dalam konteks ini, budaya pop mampu menarik perhatian dan minat banyak orang karena adanya tawaran kesenangan, fantasi serta sifatnya yang menghibur. Beberapa tahun terakhir industri pop telah didominasi oleh negara-negara barat seperti Amerika, Eropa dan Jepang.

Mengutip dari *karyapemuda.com*, Secara bahasa karya tulis disusun dari dua kata yang berbeda yaitu karya dan tulis. Kata karya dalam KBBI memiliki arti pekerjaan, buatan, ciptaan dan hasil perbuatan (terutama untuk hasil karangan). Sedangkan tulis berarti sebuah huruf atau angka yang dibuat dengan pena atau alat tulis lainnya. Dan karya tulis dibagi menjadi menjadi tiga jenis, yaitu karya tulis ilmiah, karya tulis non ilmiah dan karya tulis populer.

Setiap jenis memiliki perbedaan masing-masing, untuk karya tulis ilmiah adalah sebuah karangan atau laporan yang ditulis berdasarkan pemikiran atau penelitian dalam masalah tertentu. Karya tulis non ilmiah, merupakan sebuah karya tulis yang menyajikan fakta pribadi tentang ilmu pengetahuan. Sedangkan karya tulis populer adalah sejenis karangan ilmiah yang menyampaikan sebuah fakta dengan jujur, cermat netral dan sistematis.

Sebuah karya tidak lah lahir dalam ruang kosong, sebuah karya lahir dari sebuah kreatifitas. Pun tidak lepas dari kreatifitas di era keterbukaan informasi saat ini. Dimana media baru-selanjutnya disebut *new media*, khususnya media sosial menjadi ajang kreatifitas pengguna. *New media* dengan karakteristik khas nya memberikan sebuah petualangan baru bagi para pengguna kreatifnya. Martin Lister dalam McQuail (2011) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik yaitu, digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi. Dengan karakter tersebut, disaat yang bersamaan, komunikator dan komunikan membaaur bersama, berbagi, menikmati dan saling memproduksi pesan.

Begitupula dengan para *fandom* yang ingin menunjukkan eksistensinya sebagai pengegmar setia dan loyal melakukan sebuah proses kreatifitas yang memikat melalui *fanfiction*. *Fanfiction* dikenal juga sebagai *fanfic* atau fiksi penggemar, adalah cerita fiksi yang ditulis oleh penggemar berdasarkan karya fiksi yang sudah ada, seperti buku, film, serial TV, atau game. Karya tersebut bisa berupa narasi panjang atau pendek, atau bahkan cerita yang berformat *chat fiction*. Saat ini fanfic banyak bermunculan di media sosial X, dengan dalih pemilihan karakter X yang dinilai lebih interaktif. Sebelum menggunakan X, para *fandom* lebih dahulu menghasilkan karya kreatifitasnya melalui *wattpad*.

Meskipun memiliki dampak positif dengan menghasilkan Namun ada saja persolan yang muncul dari sesama fans, atau bahkan antara *fandom* satu dengan yang lainnya. Persoalan muncul dengan beragam faktor, salah satu terbesarnya adalah kecintaannya pada idola yang berujung laiknya sebuah ideologi. Penelitian ini memfokuskan kepada 3 akun *fandom* pada media massa X, yang akan melihat lebih jauh bagaimana para penulis *fanfiction* melahirkan karya tulis mereka dalam batas ideologi kecintaan mereka terhadap idolanya.

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka **rumusan masalah** penelitian ini adalah **Bagaimana para penulis *fanfiction* di 'X' memaknai proses kreatif mereka di tengah dominasi ideologi *fandom* ?**

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali secara mendalam latar belakang dan motivasi yang mendorong mereka untuk menghasilkan karya, serta menjelaskan bagaimana ideologi *fandom* memengaruhi penciptaan narasi dalam bentuk cerita alternatif. Sementara itu, studi kasus digunakan karena fokus penelitian ini adalah pada fenomena khusus, yakni praktik penulisan *fanfiction* sebagai bentuk ideologi di kalangan *fandom* K-Pop dalam konteks media sosial X. Akun *fandom* yang digunakan pada penelitian ini meliputi 3 (tiga) akun *fandom* atau penggemar dari grup K-Pop Carat (Seventeen), Stay (Stray Kids), dan Teume (Treasure Maker). Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi detail-detail yang ada pada setiap komunitas *fandom* ini, memahami karakteristik, serta memetakan ideologi dan kreativitas yang ada dalam karya-karya *fanfiction* yang mereka hasilkan. Sedangkan

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: Observasi konten *fanfiction*, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Melalui teknik analisis data yang berbasis pada coding tematik, peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam karya *fanfiction* AU, serta hubungan antara kreativitas pribadi dan pengaruh ideologi *fandom*. Proses ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana *fandom* digital berfungsi sebagai ruang untuk ekspresi identitas dan kreativitas yang dipengaruhi oleh media dan budaya populer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian telah dilakukan kodefikasi dari pengambilan data yang bersifat observasi, wawancara dan studi literatur yang mendukung. Beberapa konsep yang dipakai pada penelitian ini antara lain mengenai (1) *Participatory Culture* (Jenkins, 2006), yang menunjukkan keterlibatan aktif penggemar (*fandom*) dalam produksi budaya, khususnya budaya populer. (2) *Ideologi Media* (Althusser, 1971), yang menjelaskan bagaimana representasi media membawa nilai dan makna

dominan. Dalam hal 'X' ini telah menjadi salah satu media baru yang dapat mempengaruhi pembacanya. (3) *Remix Culture* (Lessig, 2008), yang membahas proses kreatif dalam mengolah ulang konten yang ada menjadi bentuk baru. Fanfiction sebagai bentuk baru ekspresi karya tulis ditengah melekatnya kecintaan terhadap idolanya. (4) *Remediation* (Bolter & Grusin, 1999), menjadi referensi mengenai transposisi media dari satu bentuk ke bentuk lain. Melalui pendekatan dan konsep diatas, penelitian ini mencoba menggali relasi antara teknologi, ideologi, dan ekspresi kreatif dalam konteks fandom digital masa kini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penulisan *fanfiction* pada media sosial X, lebih kepada penulisan dengan latar *Alternate Universe* (AU). Dimana merupakan ekspresi budaya populer yang dimediasi oleh teknologi digital. *Fanfiction* AU menjadi bentuk komunikasi kreatif yang dilakukan oleh penggemar K-Pop seperti Carat (Seventeen), Stay (Stray Kids), dan Teume (Treasure Maker) untuk menyalurkan imajinasi serta narasi personal mengenai idolanya. Fenomena ini mencerminkan konsep *participatory culture* (Jenkins, 2006), di mana audiens tidak lagi bersifat pasif melainkan menjadi produsen aktif konten media.

Platform X, sebelumnya dikenal sebagai Twitter, menyediakan ruang interaktif yang ideal bagi para penggemar untuk mengekspresikan kreativitas mereka.

Media sosial X menyediakan ruang naratif yang mendukung kreativitas dalam bentuk *thread*, *fake chat*, dan *fake tweets*. Dengan keterbatasan karakter, penulis ditantang untuk menciptakan narasi yang ringkas namun padat makna, menjadikan Twitter sebagai platform yang ideal bagi narasi-narasi pendek yang sarat visual dan interaktif (Papacharissi, 2010). Dalam kajian sastra fantasi, Sya et al. (2022) menjelaskan bahwa karya fantasi seperti *fanfiction* mencerminkan relasi antara ideologi dan praktik sosiokultural pengarang. Penulisan *fanfiction* AU dapat dilihat sebagai bentuk negosiasi nilai dan imajinasi antara pengarang dan audiens dalam lingkungan virtual yang terus berkembang. Lebih lanjut, partisipasi aktif penggemar dalam menciptakan cerita juga menjadi bagian dari budaya partisipatif yang digagas oleh Jenkins (2006), yang menekankan peran audiens sebagai produsen kreatif konten. Dengan cara ini, pengguna media sosial tidak hanya menerima hiburan, tetapi juga aktif dalam pembentukan budaya digital yang lebih dinamis dan plural.

### 3.1 Antara Ideologi Penggemar dan Kreativitas Personal

Temuan juga menunjukkan bahwa *fanfiction* AU bukan sekadar perpanjangan dari narasi idola, tetapi hasil dari negosiasi kreatif antara ideologi fandom dan subjektivitas penulis. *Fanfiction* AU tidak hanya mereproduksi karakter idola secara utuh, tetapi sering kali melakukan reimaginasinya, bahkan menyimpang dari karakter asli. Hal ini menjadi bentuk subversi simbolik terhadap dominasi narasi industri hiburan.

Masih menurut Jenkins (2006) dalam konsepnya mengenai "participatory culture" menunjukkan bagaimana penggemar berperan dalam mendefinisikan ulang budaya populer melalui kreativitas mereka. Dalam konteks ini, *fanfiction* AU tidak hanya sebagai bentuk hiburan, tetapi juga sebagai ruang bagi penggemar untuk mengungkapkan identitas mereka melalui cara yang sangat personal dan kreatif. Beberapa penulis bahkan memanfaatkan genre ini untuk menyampaikan kritik sosial dan ideologi tertentu dalam bentuk cerita alternatif yang bersifat subversif dan bersifat melawan arus.

Sementara itu, Hellekson dan Busse (2006) dalam kajian mereka mengenai *fanfiction*, menekankan bahwa *fanfiction* adalah produk budaya yang terperangkap antara penghormatan terhadap teks asli dan keinginan untuk merombaknya dengan imajinasi baru. Hal ini terlihat jelas dalam *fanfiction* AU di media sosial X, di mana penulis mengadopsi dan mengadaptasi karakter dari idola K-Pop menjadi bagian dari dunia baru yang jauh dari dunia aslinya, menjadikannya lebih personal dan terkait dengan pengalaman mereka sendiri.

Jika dikaitkan dengan ideologi fandom, dalam konteks ini melibatkan nilai-nilai kolektif yang dipertahankan oleh para penggemar, yang sering kali berhubungan dengan loyalitas terhadap idola mereka dan gambaran ideal yang mereka miliki terhadap karakter tersebut.

Konsep ideologi dalam media (Althusser, 1971) dapat digunakan untuk memahami bagaimana representasi idol dalam AU menjadi bagian dari praktik hegemoni, sekaligus ruang resistensi melalui kreativitas penggemar. Konsep ideologi Althusser juga membantu kita memahami bagaimana media berfungsi sebagai alat untuk mempertahankan pandangan dunia yang dominan, yang sering kali terkait dengan representasi industri hiburan. *Fanfiction*, meskipun dapat berfungsi sebagai ruang kreativitas, juga sering kali mencerminkan pemahaman ideologis tertentu yang ada dalam komunitas fandom.

Penggemar yang menulis fanfiction AU sering kali berusaha mempertahankan citra idola mereka, bahkan ketika mereka merombak elemen-elemen cerita asli. Namun, fanfiction AU juga bisa menjadi alat untuk mengkritik atau merombak ideologi tersebut, menciptakan ruang bagi resistensi simbolik terhadap dominasi narasi utama yang diwakili oleh media komersial. Misalnya, melalui cerita alternatif, penulis fanfiction dapat menampilkan sisi idola yang lebih manusiawi atau mengubah dinamika hubungan antara karakter-karakter yang ada untuk menantang penggambaran asli yang diberikan oleh industri hiburan.

Melalui kecintaan yang besar terhadap idolanya, mendorong para penulis menjadi lebih kreatif diruang digital. Tak jarang melalui karakter khas media sosial X menjadi sebuah pertarungan ideologi negosiasi digital antara kretaitas, keluwesan ide dan bentuk kecintaan fandom terhadap idolanya. Keterbatasan karakter dalam satu tweet mendorong eksplorasi bentuk narasi yang lebih fleksibel. Para penulis AU memanfaatkan berbagai aplikasi pendukung seperti Ugly Bird, MeMiMessage, Social Dummy, dan Write.as untuk memperkaya cerita mereka secara visual. Konsep *remix culture* (Lessig, 2008) menjadi relevan dalam konteks ini, di mana para kreator menggabungkan berbagai elemen digital untuk menciptakan karya baru yang bersifat kolaboratif dan hibrid.

Narasi-narasi yang dibentuk juga memperlihatkan pola kreatif yang khas. Pramudyawardani dan Sulistyani (2023), dalam penelitiannya tentang penulis *slash pairing*, menunjukkan bahwa penulis fanfiction memiliki proses berkarya yang tidak hanya teknis, tetapi juga emosional dan identifikatif, termasuk dalam membentuk karakter dan alur cerita yang menyimpang dari struktur konvensional.

Namun penyimpangan inilah yang kemudian menjadi sebuah masalah dalam mempertahankan kecintaan idola dalam bentuk ideologi yang terkadang tidak mereka sadari. Banyak dari para penulis *fanfiction* yang akhirnya ‘berperang’ dalam ruang maya. Tersebut istilah ‘war’ untuk ajang sesama fandom dalam mempertahankan pendapat mengenai karakter idolanya. Tak jarang sesama fandom dari idola yang samapun bersikeras membela idolaanya melalui pendapat yang dirasa paling pas dan sesuai dalam setiap karya yang dibuat oleh sesama penulis *fanfiction* AU.

Tidak berhenti pada *war* semata, meskipun *fanfiction* AU bersifat ekspresif, penulis menghadapi tantangan seperti *writer's block*, mood menulis yang fluktuatif, dan kendala teknis pada aplikasi pendukung. Namun demikian, para penulis menunjukkan strategi adaptif dengan menyusun alur, ending, dan karakter secara matang sebelum menulis. Kesulitan inilah yang kemudian menjadikan pribadi penulis menjadi tidak fokus dalam berkarya, sehingga *war* idola semakin memanas. Studi Dewi dan Purwandari (2023) menunjukkan bahwa penggemar K-Pop di Twitter juga mengalami bentuk katarsis emosional melalui interaksi dan produksi konten, termasuk penulisan fanfiction. Ini memperkuat bahwa keterlibatan emosional menjadi salah satu motivasi utama dalam berkarya.

Namun demikian, di balik konflik ini, *fanfiction* AU juga menjadi ruang kolaborasi. Penulis tidak hanya terlibat dalam interaksi individual, tetapi mereka juga berkolaborasi dengan penggemar lain dalam menciptakan dunia bersama, berbagi cerita, dan mendukung satu sama lain dalam proses kreatif mereka. Ini membuktikan bahwa, meskipun ada perbedaan pandangan dan interpretasi, *fanfiction* tetap berfungsi sebagai ruang bagi pertukaran ide dan nilai, serta sebagai media untuk solidaritas dalam komunitas digital.

### 3.2 Fanfiction sebagai Ruang Negosiasi Identitas dan Sosial

*Fanfiction* AU memberikan ruang bagi penulis untuk menegosiasikan identitas mereka dalam dunia digital yang terus berkembang. Penulis *fanfiction* sering kali menciptakan dunia dan karakter yang tidak hanya terhubung dengan dunia hiburan, tetapi juga mencerminkan nilai, harapan, dan identitas pribadi mereka. Proses ini menciptakan bentuk identitas digital yang lentur dan dapat berubah seiring waktu.

Literatur dari Patricia dan Faruk (2022) menegaskan bahwa identitas dalam masyarakat berjejaring dibentuk melalui praktik konsumsi dan produksi media. Para penulis AU menciptakan narasi yang memungkinkan terbentuknya identitas digital yang cair, lentur, dan penuh kemungkinan dalam konteks jejaring sosial media.

Terlepas dari semua persoalan antara batas kreativitas dan ideologi kecintaan mereka terhadap idolanya, diakui bahwasanya *fanfiction* AU bukan hanya ekspresi kreativitas, ideologi, estetika, tetapi juga alat komunikasi sosial yang membangun solidaritas virtual. Identitas fandom tidak hanya bersifat afektif tetapi juga dikonstruksi secara kolektif melalui praktik menulis, membalas komentar, dan berbagi cerita. Hal ini sesuai dengan konsep *imagined communities* (Anderson, 1983) yang

menunjukkan bahwa komunitas tidak harus hadir secara fisik, tetapi terbentuk melalui keterhubungan simbolik dalam ruang digital.

Studi oleh Iskandar dan Irawati (2023) menyatakan bahwa etnografi virtual menjadi pendekatan penting untuk memahami fenomena masyarakat informasi di media sosial. Interaksi antara penulis dan pembaca fanfiction AU menciptakan ruang komunitas maya yang memiliki dinamika sosial, etika, dan budaya tersendiri. Sebuah budaya yang baru, budaya digital yang penuh akan harapan baru, kreativitas dalam ruang tanpa batas.

Dengan demikian, fanfiction AU berfungsi tidak hanya sebagai ekspresi pribadi, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang memperkuat hubungan antara anggota komunitas fandom, yang saling berbagi narasi dan berinteraksi dalam platform media sosial.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *fanfiction* AU di media sosial X bukan hanya sebuah bentuk ekspresi kreatif, tetapi juga praktik budaya yang mencerminkan dinamika sosial dan ideologis yang berkembang di kalangan fandom. Platform X memberikan ruang yang memungkinkan para penggemar untuk berinteraksi, menciptakan narasi alternatif, dan mengembangkan imajinasi melalui keterbatasan teknis yang ada, seperti jumlah karakter dalam tweet. Fenomena ini menggarisbawahi bagaimana penggemar tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen aktif yang terlibat dalam budaya partisipatif, yang dijelaskan dalam konsep "participatory culture" oleh Jenkins (2006).

*Fanfiction* di media sosial merupakan bentuk kreativitas yang berkembang dalam ruang digital, di mana penulis tidak hanya mengikuti alur cerita asli, tetapi juga merombak dan menciptakan dunia alternatif yang lebih personal dan relevan dengan pengalaman mereka sendiri. Hal ini mencerminkan bagaimana budaya populer dapat didefinisikan ulang oleh para penggemar melalui karya mereka. Di sisi lain, karya-karya tersebut juga mencerminkan ideologi fandom yang mengedepankan loyalitas terhadap idola, namun sekaligus berfungsi sebagai ruang untuk kritik dan subversi terhadap narasi dominan dalam industri hiburan.

Penulis *fanfiction* juga terlibat dalam negosiasi identitas yang melibatkan interaksi sosial dalam komunitas virtual mereka. Melalui proses menulis dan berbagi cerita, mereka membentuk solidaritas dalam fandom dan memperkuat identitas digital mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa *fanfiction* bukan sekadar media ekspresi pribadi, tetapi juga merupakan alat untuk membentuk dan memperkuat komunitas yang saling terhubung secara emosional dan sosial.

Namun demikian, seperti yang terungkap dalam dinamika konflik antar fandom, *fanfiction* AU juga tidak terlepas dari tantangan. Ketegangan antar penggemar, yang sering kali terkait dengan interpretasi karakter dan narasi, menciptakan bentuk-bentuk konflik dalam komunitas. Meskipun demikian, konflik tersebut juga memunculkan kolaborasi dan pertukaran ide yang mengarah pada kekuatan kolektif dalam proses kreatif. Oleh karena itu, fanfiction tetap berfungsi sebagai ruang untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan memperkuat ikatan sosial dalam dunia digital yang terus berkembang.

*Fanfiction* di media sosial merupakan praktik budaya baru yang muncul dari interseksi antara teknologi digital, ideologi media, dan ekspresi fandom. Di antara batas-batas struktural media sosial dan representasi ideologis idol K-Pop, para penulis mampu menciptakan ruang alternatif yang memungkinkan ekspresi diri, eksplorasi kreatif, dan pembentukan identitas komunitas yang dinamis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Althusser, L. (1971). *Ideology and Ideological State Apparatuses*. Verso.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
- Basuki, I. (2013). *Creativity in Product Development*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.
- Hellekson, K., & Busse, K. (2006). *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. McFarland & Company.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Press.
- Lister, M. (2011). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity.
- Pramudyawardani, T., & Sulistyani, Y. (2023). *Penulis Slash Pairing dalam Fanfiction: Studi Kasus tentang Identitas Pengarang dan Gaya Berkarya*. Jurnal Studi Sastra.
- Sya, A., & et al. (2022). *Fanfiction dan Ideologi: Sebuah Kajian Literasi Media dalam Sastra Fantasi*. Jurnal Sastra dan Budaya.
- Sobur, A. (2004). *Teori Komunikasi: Paradigma Baru*. Remaja Rosdakarya.
- Sudarma, P. (2013). *Kreativitas dalam Dunia Pendidikan*. Jakarta: Erlangga.
- Wismoyo, I. (2008). *Ideologi dan Pendidikan dalam Sejarah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar