

PENGALAMAN KATARSIS PENGGEMAR *KOREAN POP* (K-POP) DI TWITTER

Kartika Rahmadilla Surya Dewi¹ Eny Purwandari²

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Indonesia menempati tempat pertama dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di Twitter. Penggemar K-Pop yang mayoritas berada pada rentang usia remaja hingga dewasa kerap merasa stres dan tertekan dengan berbagai hal dalam kesehariannya. Hal ini mendasari penulis untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana penggemar K-Pop menggunakan Twitter sebagai media katarsis. Katarsis atau penyaluran/pelepasan emosi ini dieksplorasi berdasarkan pengalaman penggemar K-Pop dalam menyalurkan emosinya di Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tindakan katarsis yang dilakukan penggemar K-Pop di Twitter. Penelitian menggunakan metode kualitatif fenomenologi dengan pengambilan data melalui wawancara dan data tambahan melalui *Social Media Data Crawling* Netlytic. Subjek penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive* dengan kriteria seorang penggemar asal Indonesia yang tergabung dalam fandom K-pop yang aktif di Twitter dan mengakses *Alternative Universe* (AU) di Twitter. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Interpretative phenomenological analysis* (IPA) dan *Social Network Analysis* (SNA). Hasil menunjukkan bahwa penggemar K-Pop mengaku kerap menuliskan *tweet* berisi curahan emosi di akun Twitter miliknya, sebagian dari mereka lebih sering menggunakan *second account* untuk berkatarsis. Selain itu, semua responden wawancara menggunakan *Alternate Universe* (AU) untuk melepaskan emosinya yaitu melalui membaca maupun menulis cerita *Alternate Universe* (AU) dengan mencerminkan diri mereka sebagai tokoh dalam cerita AU dan seolah-olah merekalah yang diceritakan dalam AU tersebut sehingga emosi yang mereka rasakan bisa diluapkan seiring berjalannya cerita AU tersebut. Sedangkan hasil dari Netlytic menunjukkan dominasi dan konsistensi dari munculnya emosi negatif pada postingan Twitter penggemar K-Pop. Emosi negatif yang kerap muncul seperti marah atau kesal, sedih, menangis, dan sebagainya.

Kata Kunci: *alternate universe* (AU), katarsis, k-pop, fenomenologi, twitter

Abstract

Indonesia occupies the first place with the largest number of K-Pop fans on Twitter. K-Pop fans, the majority of whom are in the adolescent to adult age range, often feel stressed and pressured by various things in their daily life. This underlies the writer to examine further about how K-Pop fans use Twitter as a cathartic medium. This catharsis or emotional channeling/release is explored based on the experience of K-Pop fans in channeling their emotions on Twitter. This study aims to find out how cathartic actions are carried out by K-Pop fans on Twitter. The research uses a phenomenological qualitative method by collecting data through interviews and additional data through *Social Media Data Crawling* Netlytic. The subject of this study was determined using a purposive technique with the criteria of a fan from Indonesia who is a member of the active K-pop fandom on Twitter and accesses *Alternative Universe* (AU) on Twitter. The analysis technique in this study uses *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) and *Social Network Analysis* (SNA). The results show that K-Pop fans admitted that they often wrote tweets filled with emotional vent on their Twitter accounts, some of more often used a second account for catharsis. In addition, all interview respondents

used Alternate Universe (AU) to release their emotions, namely through reading and writing Alternate Universe (AU) stories by reflecting themselves as characters in AU stories and as if they were the ones being told in the AU so that the emotions they felt can be overflowed as the AU story progresses. Meanwhile, the results from Netlytic show the dominance and consistency of the appearance of negative emotions on Twitter posts by K-Pop fans. Negative emotions that often arise, such as anger or annoyance, sadness, crying, and so on.

Keywords: alternate universe (AU), catharsis, k-pop, phenomenology, twitter

1. PENDAHULUAN

Korean Wave begitu mudah menjangkit hingga ke seluruh penjuru dunia. Serangan “virus” *Korean Wave* yang menjalar melalui Drama Korea, produk-produk kecantikan, budaya, gaya hidup, makanan, *fashion*, hingga selera musik. Salah satu yang sering ditemui yaitu fenomena *Korean-Pop* atau K-Pop. Dari data survei yang dilakukan oleh Korea Foundation (KF) pada tahun 2021 bersama dengan 150 kantor diplomasi Korea Selatan di luar negeri, diperoleh jumlah penggemar *Korean Wave* atau Hallyu di 116 negara mencapai total 15,6 juta orang, dimana angka ini adalah peningkatan sebanyak 17 kali lipat dari tahun 2012 (KBS World, 2022). Dari data tersebut, diketahui jumlah penggemar yang ada di Amerika Serikat, Kanada, Argentina, dan beberapa Negara lain mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebanyak 102%, lalu penggemar di wilayah Timur Tengah mengalami peningkatan sebanyak 92%, sedangkan penggemar di wilayah Eropa justru mengalami penurunan sebanyak 8,8% dari tahun sebelumnya (KBS World, 2022). *Korean-Pop* atau K-Pop sendiri memiliki jumlah peminat yang cukup banyak. Apalagi dengan teknologi dan media sosial yang semakin berkembang saat ini, perbincangan mengenai K-Pop menjamur di media-media sosial.

Menurut laporan dari Twitter, pada tahun 2021 perbincangan seputar K-Pop mengalami peningkatan secara global menjadi 7,8 miliar dari total sebelumnya sebesar 6,7 miliar (CNN Indonesia, 2022). Yang mengejutkan, dari data tersebut didapatkan bahwa Indonesia menempati tempat pertama dengan jumlah penggemar K-Pop di Twitter, disusul oleh Negara Filipina, Korea Selatan, Thailand, Amerika Serikat, Meksiko, Malaysia, dan Negara-negara lain.

Maraknya fenomena K-Pop ini sedikit banyak mempengaruhi keadaan emosional, baik positif maupun negatif bagi para penggemarnya. Belum lagi para penggemar K-pop ini dihadapkan berbagai tekanan dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari, dimana terkadang antara harapan dan juga kenyataan tidak terjadi sesuai yang diinginkan. Hal ini kemudian tidak jarang membuat penggemar K-Pop yang mayoritas berada pada rentang remaja hingga dewasa (IDN Timer, 2019) merasa stres dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Remaja cenderung memberikan respon terhadap stres dari keadaan dan situasi yang dialami pada saat itu juga disebabkan para remaja belum memiliki pengalaman cukup dalam penyelesaian suatu hal, terlebih dengan

mempertimbangkan segala konsekuensinya, hingga akhirnya mereka memilih opsi atau pilihan yang lebih mudah seperti mengekspresikannya melalui menangis ataupun berteriak (Putri, 2013).

Subrahmanyam, Smahel, & Greenfield, (2006) mengungkapkan bahwa remaja mengeksplorasi hampir semua potensi labilitas dalam kehidupan sehari-hari sebab berada dalam keadaan krisis, dimana cara yang dilakukan seperti menuangkan atau mengeksplorasi seluruh dorongan emosional dalam dirinya melalui internet. Emosi yang menumpuk tersebut perlu untuk disalurkan dan dilepaskan supaya tidak tumpang tindih dan menimbulkan masalah. Penyaluran emosi dapat dilakukan dengan katarsis emosi. Katarsis merupakan penyaluran atau pelepasan emosi secara menyeluruh namun dengan cara yang konstruktif sehingga tidak merugikan orang lain (Wahyuningsih, 2017). Namun, masih banyak orang yang tidak mengetahui metode atau cara apa yang mereka lakukan untuk bisa meluapkan emosinya dengan benar.

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Setyaputri, Khususiyah, & Ardhani, 2019), hasil yang didapat yaitu sebagai wujud katarsis, mahasiswa tingkat akhir menuliskan curahan hati dan *uneg-uneg* tekanan yang mereka alami di media sosial dengan hal-hal yang negatif dan kurang pantas untuk dibaca. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Budiyono dkk (2020) menunjukkan hasil bahwa pengguna media sosial menulis ekspresif di media sosial dapat memberikan dampak untuk katarsis emosional mereka dengan menekan emosi negatif dan memberikan rasa puas karena telah berbagi apa yang mereka rasakan dan pikirkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhao (2022) dengan judul 'Entangling the Self: Emotions and Existence in Fanfiction Writing' dengan hasil bahwa penulis *fanfiction* dapat memanfaatkan tulisan sebagai alat untuk memproses kesulitan dan mengeksplorasi aspek liminal diri, secara aktif atau tidak sadar menggunakan ruang dan karakter fiksi untuk berdiskusi dan melatih diri mereka sendiri, serta penulis merasa menerima bantuan emosional dan katarsis dalam proses ini. Penelitian (Budiyono, Sudiro, & Wibowo, 2020) dengan judul 'The Effectiveness of Expressive Writing and Social Media as Emotional Release' hasilnya menunjukkan sebanyak 90% dari subjek setuju bahwa metode menulis ekspresif melalui media sosial berpengaruh terhadap katarsis emosional mereka.

Konsep teori katarsis berdiri diatas teori psikoanalisa Sigmund Freud, dimana Freud berpandangan bahwa ledakan emosi dapat terjadi apabila emosi berlebih tertahan di alam bawah sadar (Baihaqi, Nurjanah, & Chodijah, 2020). Oleh karena itu, penyaluran emosi tertahan yang terdapat di alam bawah sadar harus dilakukan. Penyaluran emosi secara konstruktif tersebut dinamakan dengan katarsis. Filsuf Yunani, Aristoteles, mengembangkan konsep pertama mengenai katarsis yang bermakna proses pemurnian emosi dengan pengalaman yang diwakilkan.

Dalam karya Aristoteles, Poetics, dijelaskan bahwa berbagai perasaan negatif seperti marah, sedih, ketakutan, bahkan jijik dapat dilampiaskan, dilepaskan atau dibebaskan melalui pembebasan batin manusia dari tekanan dan penderitaan (Vanri & Hasbiyalloh, 2012). Fantasi yang agresif dapat

dibangkitkan melalui media dan hal ini dapat meminimalisir adanya tindakan agresif sebagaimana diungkapkan oleh Feshbach dalam *Media Effect and Society* (Perse & Lambe, 2017). Pada dasarnya katarsis merupakan upaya penyaluran yang sifatnya tidak merugikan terhadap emosi yang dipendam. Tujuan katarsis adalah untuk mencari makna hidup, pemecahan masalah, proses penemuan diri sendiri, dan penemuan perbedaan atau perubahan kesadaran dari keadaan kesadaran orang dalam kondisi biasa/normal (Rahmawati, 2020). Muthmainnah (2015) juga menjelaskan bahwa katarsis dapat digunakan sebagai sarana penyaluran perasaan tidak menyenangkan untuk mengurangi perilaku destruktif ketika emosi destruktif tersebut muncul.

Sedangkan menurut Imami dkk (2016), katarsis dapat digunakan sebagai cara pengungkapan agresi. Emosi dan agresi tersebut disalurkan berdasarkan kejadian traumatis yang pernah dialami seseorang di masa lalunya. Dengan ini, katarsis terkadang disamakan dengan abraksi yaitu suatu bentuk peluapan emosi yang dirasakan seseorang yang menyakitkan dengan melibatkan kesadaran (Baihaqi, Nurjanah, & Chodijah, 2020). Menurut Hurlock (2007), esensi teori katarsis digunakan untuk pembersihan tubuh dan jiwa serta pelepasan energi emosional yang mengganggu dengan pengangkatan penyebab terpendamnya supaya pandangan hidup yang menyeluruh dapat dikembangkan. Manfaat lain katarsis yang disampaikan Elvina yaitu rasa sakit yang dirasakan berkurang, melenyapkan kepercayaan yang negatif, perubahan atau hilangnya kebiasaan, pengurangan stres pasca trauma, serta memasukkan sugesti positif dan membuat jiwa tenang (Rahmawati, 2020). Baron dan Byrne menyimpulkan berdasarkan analisis hasil-hasil penelitian pada topik terkait, katarsis merupakan aktivitas efektif sebagai instrumen untuk pengurangan agresi yang sifatnya terbuka (Wahyuningsih, 2017). Sedangkan Wibisono mengungkapkan kaitan katarsis dengan menulis adalah perasaan lega pada jiwa penulis ketika berhasil menyelesaikan tulisannya (Putri, 2013).

Penggemar yaitu sebutan bagi seseorang/individu yang menyukai sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan berkumpul untuk membuat kelompok penggemar atau disebut fandom (Jeanette, 2018). Fandom berasal dari gabungan kata *fans* dan *kingdom*, yang berarti sebuah komunitas besar berisi penggemar idol Korea yang memiliki komitmen untuk mengkonsumsi produk terus-menerus dengan melibatkan perasaan (Rinata & Dewi, 2019). Fandom ini digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga menjadi tempat berkomunikasi dengan kelompok dengan minat yang sama. Banyak remaja Indonesia yang menjadi penggemar selebritis atau idola yang berasal dari negeri Ginseng tersebut. Penggemar K-Pop dikenal dengan dua sebutan yaitu *fangirl* dan *fanboy*. *Fangirl* adalah sebutan untuk penggemar perempuan dan *fanboy* adalah sebutan untuk penggemar laki-laki. Penggemar K-Pop ini biasanya memiliki forum-forum khusus yang dimanfaatkan untuk melakukan sharing secara beramai-ramai (Etikasari, 2018). Forum-forum yang ada, secara umum merupakan situs yang dibuat oleh

penggemar dan diperuntukkan bagi penggemar pula. Selain melalui forum, situs-situs jejaring sosial seperti Twitter dan blog pun memudahkan para penggemar dalam melakukan kegiatan *fans*.

Kata twitter secara harfiah memiliki makna 'berkicau'. Situs ini mempunyai konsep blog mikro dalam penggunaannya. Twitter yaitu merupakan salah satu jejaring sosial yang memberikan layanan berupa membaca dan mengirim pesan teks bagi penggunanya sebanyak 140 karakter, yang biasa disebut dengan *tweet* atau kicauan (Zukhrufillah, 2018). Didirikan oleh Jack Dorsey pada Maret 2006, namun untuk peluncuran jejaring sosialnya dilakukan pada bulan Juli. Twitter masuk dalam sepuluh besar situs yang paling sering dikunjungi sejak peluncurannya dan dijuluki “Pesan Singkat dari Internet”.

Perbedaan untuk pengguna Twitter, mereka yang tidak terdaftar atau yang tidak memiliki akun hanya bisa mengakses dengan membaca *tweet* saja. Sedangkan mereka yang memiliki akun yang telah terdaftar dapat menuliskan *tweet* melalui berbagai situs, seperti melalui pesan singkat (SMS), *website* Twitter, dan aplikasi Twitter pada perangkat seluler. Twitter dikategorikan sebagai media sosial media alternatif (*new media*) dimana merupakan jaringan informasi dengan jumlah isi pesan sebanyak 140 karakter (Zukhrufillah, 2018). Twitter juga tergolong mudah dalam hal menemukan informasi atau berita terbaru dan sesuatu yang berkaitan dengan kegemaran individu.

Para pengguna twitter umumnya melaporkan setiap aktivitasnya dalam kicauan yang mereka tulis. Dengan teknologi saat ini yang semakin berkembang dan perangkat seluler yang semakin canggih, para pengguna sangat terbantu dalam mengakses Twitter. Bahkan saat ini, mereka semakin tidak bisa dilepaskan dari Twitter sebab telah menikmati. Maka dari situlah para pengguna Twitter ini lebih sering menuliskan aktivitasnya melalui *tweet*. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang justru lebih aktif di Twitter daripada di kehidupan nyata.

Fiksi penggemar atau *fanfiction* merupakan karya fiksi yang dibuat oleh penggemar. *Fanfiction* menurut Gooch (2008) ialah salah satu karya fiksi yang diolah sedemikian rupa dengan kejadian, karakter, dan tempat/lokasi yang sudah ada sehingga didapatkan hasil berupa cerita yang unik. Menurut Derecho (2006), *fanfiction* dapat dikatakan sebagai *archontic literature*, maksudnya adalah bahwa *fanfiction* merupakan konstruksi virtual yang mengelilingi cerita, memiliki pondasi original tetapi hanya sebagai tambahan dari cerita asli yang sudah ada. Burt (2017) mengemukakan fiksi yang dibuat penggemar adalah gambaran pintu atau portal pengaman yaitu sesuatu yang menggantikan kemauan yang tidak dapat diinterpretasikan, diwujudkan, atau dilakukan di dunia nyata. Jenkins (Reijnders, Waysdorf, Zwaan, & Duits, 2017) mengungkapkan bahwa cerita fiksi yang ditulis sendiri oleh penggemar merupakan bagian dari dorongan dasar dalam diri manusia untuk bercerita dan merupakan manifesto dari tradisi budaya dimana selalu memasukkan praktik berbagai dalam sehari-hari.

Kemungkinan yang terjadi ketika fiksi penggemar dibuat dari penambahan teks yang sudah ada sebelumnya yaitu mendorong penulisnya dalam berfantasi dan berimajinasi mengenai hal baru dan berbeda, yang berarti khusus bagi penulisnya. Dalam pengembangan fiksi penggemar, seorang penulis memungkinkan penulisan dalam format surat atau buku harian, bahkan mencoba menuliskan dengan sudut pandang yang berbeda. Penulisan dengan sudut pandang yang berbeda ini seperti dengan sudut pandang orang pertama, kedua, dan ketiga atau beralih di antara beberapa sudut pandang karakter di sepanjang cerita *fanfic* (Swaggerty & Bahoric, 2015). Menurut Chandler-Olcott & Mahar (dalam Swaggerty & Bahoric, 2015), Kaum muda membaca fiksi penggemar untuk kesenangan dan relaksasi. Fiksi yang diciptakan penggemar ini sebenarnya merupakan preposisi demi pemenuhan kebutuhan penggemar (Bangun, Kumaralalita, & Sukur, 2020).

Fanfiction terdiri dari berbagai macam jenis dan *genre* yang bervariasi, diantaranya *romance*, *angst*, *fluff*, *hurt-comfort*, dan *alternate universe*. Salah satu yang saat ini digemari kaum penggemar K-Pop adalah *fanfiction* jenis *Alternate Universe* atau disingkat AU. *Alternate Universe* atau AU adalah sebuah istilah dikalangan penggemar untuk dunia baru yang mereka ciptakan untuk idola mereka (Bangun, Kumaralalita, & Sukur, 2020). Biasanya, penulis *Alternate Universe* melakukan “pelokalan” pada idola mereka, maksudnya adalah karakter yang diciptakan dalam fiksi tersebut dibuat lebih “relatable” atau seolah-olah berasa berkaitan dengan kehidupan sehari-hari penggemar (Bangun, Kumaralalita, & Sukur, 2020). Sauro (2019) mendeskripsikan *Alternate Universe* atau AU sebagai cerita fiksi penggemar yang mengubah elemen asli dari karakter yang disertakan dalam cerita, seperti mengubah jenis kelamin, ras atau etnis, pekerjaan, nama, dan bahkan status sosial mereka.

Alternate Universe dengan basis lokal menarik penggemar lebih banyak pada platform media sosial Twitter daripada platform khusus *fanfiction*. Hal ini dikarenakan kemudahan yang didapat yaitu kemudahan membagikan pemikiran mereka, menambahkan komentar, dan *re-tweet* bagian cerita yang mereka sukai. *Alternate Universe* sangat mudah ditemukan pada media sosial Twitter. Dengan hanya mengetikkan kata kunci pada bilah pencarian, AU yang diinginkan akan banyak muncul, atau paling tidak *tweet* rekomendasi terkait kata kunci yang dituliskan. Hal inilah yang membuat AU di Twitter banyak peminatnya, sebab berbeda dengan Wattpad atau fanfic.net yang mengharuskan menginstal aplikasi atau aksesnya yang kadang terkendala. Sebelumnya, penggemar bisa mengakses cerita fiksi penggemar pada platform tertentu seperti Wattpad, Archive of our Own (AO3), Asianfanfics, dan Livejournal, namun kini penggemar K-pop lebih mudah membaca *fanfiction* melalui media sosial, khususnya Twitter. Melalui fitur utas yang tersedia di Twitter, mereka dapat membuat beberapa *Alternate Universe* untuk dunia baru idola mereka.

Penggemar K-Pop yang kerap aktif di Twitter, tidak jarang membagikan pengalaman dan aktivitasnya di Twitter. Seberapa pentingkah Twitter ini bagi penggemar K-Pop untuk menyalurkan

emosinya dan apa yang membedakan katarsis yang mereka lakukan di dunia nyata dan di Twitter beserta efek yang dirasakan. Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka dapat dikatakan bahwa penggemar K-Pop kerap aktif di Twitter baik ketika keadaan emosional mereka baik maupun buruk, dengan aktivitas-aktivitas tertentu, berbagi pengalaman dan kegiatan yang mereka lakukan di Twitter. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pengalaman Katarsis Penggemar *Korean Pop* (K-pop) di Twitter” yang memunculkan rumusan masalah yaitu “Bagaimana pengalaman penggemar *Korean Pop* (K-pop) dalam menggunakan Twitter sebagai sarana katarsis?” dan pertanyaan penelitian diantaranya “Bagaimana motif penggemar K-Pop melakukan katarsis di Twitter?”, “Bagaimana dampak yang diperoleh penggemar K-Pop setelah melakukan katarsis di Twitter?”, dan “Bagaimana pengalaman penggemar K-pop dalam memanfaatkan postingan *Fanfiction* atau *Alternate Universe* (AU) di Twitter sebagai sarana katarsis?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana tindakan penggemar *Korean Pop* (K-pop) dalam memanfaatkan Twitter sebagai sarana katarsis, seperti motif atau alasan penggemar K-pop melakukan katarsis di Twitter, dampak yang diperoleh penggemar K-pop dari katarsis di Twitter, dan tindakan penggemar K-pop dalam memanfaatkan postingan *Fanfiction* atau *Alternate Universe* (AU) di Twitter sebagai sarana berkatarsis. Kegunaan atau manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para peneliti lain yang hendak melakukan penelitian dengan metode fenomenologi. Untuk kegunaan atau manfaat praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu dalam perkembangan psikologi, khususnya mengenai topik pengalaman katarsis penggemar *Korean Pop* (K-Pop) di Twitter.

2. METODE

Gejala penelitian ini yaitu Katarsis penggemar K-pop. Secara konsep, katarsis merupakan bentuk penyaluran emosi atau perasaan tidak menyenangkan secara tidak langsung atau diwakilkan dengan sesuatu yang sifatnya tidak merugikan dan akan meledak apabila ditahan atau tidak disalurkan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada kualitas objek yang diteliti, seperti makna, nilai-nilai, emosi manusia, nilai sejarah, penghayatan, keindahan terkait karya seni, dan lain sebagainya yang kemudian dideskripsikan (Abdussamad, 2021). Sedangkan penelitian fenomenologi yaitu penelitian dalam situasi tertentu untuk menjelaskan makna dari konsep, pengalaman, atau fenomena yang disadari beberapa individu tanpa ada batasan dalam memahami ataupun memaknai hal yang tengah dikaji (Abdussamad, 2021). Dalam fenomenologi, terdapat beberapa tahapan harus dilakukan, yaitu *bracketing*, *intuiting*, *analyzing*, dan *describing* (Sobur & Mulyana, 2020).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dan *social media data crawling*. Penentuan partisipan atau partisipan wawancara dilakukan berdasarkan teknik *purposive*. Teknik *purposive* yaitu teknik untuk menentukan sampel yang didasari kriteria atau ciri-ciri tertentu dari sejumlah populasi yang ada (Abubakar, 2021). Penentuan tersebut dibantu dengan kriteria yaitu seorang penggemar asal Indonesia yang tergabung dalam fandom K-pop yang aktif di Twitter dan mengakses *Alternative Universe (AU)* di Twitter. Peneliti menghubungi partisipan melalui *Direct Message (DM)* Twitter untuk meminta kesediaan menjadi partisipan sekaligus nomor Whatsapp yang bisa dihubungi. Apabila bersedia, peneliti mengirimkan surat kesediaan pada partisipan untuk ditandatangani dan menentukan hari dan jam melakukan wawancara. Wawancara dilakukan secara online melalui *Video Conference Google Meeting* selama kurang lebih 30 sampai 60 menit. Pertanyaan yang diajukan terkait dengan katarsis dengan total pertanyaan utama sebanyak 33 pertanyaan. Di samping itu, *Social media data crawling* dibantu dengan *tools* Netlytic, merupakan analisis teks melalui jaringan sosial atau media sosial untuk mencari data dari Twitter. Penarikan data Twitter dengan menggunakan kata kunci “Katarsis” atau “Emosi” dan diperoleh rekaman data sebanyak 10.000 dataset. Data ini kemudian dianalisis dengan *Social Network Analysis (SNA)* dengan Netlytic untuk mengetahui pola komunikasi dan pola jaringan yang terbentuk.

Data dalam penelitian kualitatif ini diperoleh dari berbagai sumber dan metode, untuk menguji kredibilitas dan keabsahan data maka digunakan teknik triangulasi. Triangulasi atau melihat sesuatu dari berbagai sudut, artinya bahwa verifikasi dari penemuan dengan menggunakan berbagai sumber data dan berbagai metode pengumpulan data (Hardani & dkk, 2020). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi metode dengan menggunakan tiga metode yaitu pertama, metode wawancara yang dilakukan pada 7 partisipan yang sudah terpilih sesuai kriteria. Lalu kedua, menggunakan metode *social media data crawling* dengan *tools* Netlytic untuk melengkapi data satu sama lain serta menganalisis unit yang sama yaitu pengalaman katarsis penggemar *Korean Pop (K-pop)* di Twitter. Terakhir, metode yang digunakan yaitu observasi yang dilakukan pada ketujuh akun partisipan wawancara untuk melihat aktivitas partisipan di Twitter terkait hubungannya dengan katarsis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil wawancara didapatkan dari 7 partisipan yang merupakan penggemar K-Pop yang memiliki beberapa grup idola K-Pop yang digemari. Mereka kerap mengakses Twitter untuk mengikuti kegiatan idolanya atau berinteraksi dengan penggemar K-Pop lainnya. Dibandingkan media sosial lainnya, penggemar K-Pop lebih sering mengakses Twitter sebab grup K-Pop lebih aktif berinteraksi dengan penggemar di Twitter melalui akun *official*-nya. Berikut ini adalah data dari

ketujuh partisipan:

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Inisial	Usia	Jenis Kelamin*	Status pernikahan	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
S	18 th	P	Belum Menikah	Admin Staff	SMK
R	18 th	P	Belum Menikah	Karyawan	SMK
D	20 th	P	Belum Menikah	Mahasiswa	SMA
I	21 th	P	Belum Menikah	Mahasiswa	SMA
A	22 th	P	Belum Menikah	Mahasiswa	SMA
M	22 th	P	Belum Menikah	Mahasiswa	SMA
MC	27 th	P	Belum Menikah	Freelancer	S1 Arsitektur

L: laki-laki; P: perempuan

Hasil analisis data transkrip wawancara menemukan tiga tema induk, dengan tujuh belas tema super-ordinat.

Tabel 2. Tema Induk dan Tema Super-ordinat

Tema Induk	Tema Super-ordinat
Kondisi Pendorong Katarsis	Awal mula bermain Twitter Yang mempengaruhi <i>mood</i> Keadaan yang membuat katarsis Aktivitas di Twitter Tujuan memakai Twitter Tindakan katarsis
Katarsis	Alasan menggunakan Twitter Pelepasan emosi di kenyataan Cara katarsis dengan AU Dampak dari katarsis Pentingnya katarsis di Twitter Keterbukaan terhadap saran yang diberikan
Urgensi Katarsis	Hambatan katarsis di kenyataan Kelumrahan katarsis di Twitter Keunggulan katarsis di Twitter Kekurangan katarsis di Twitter Keefektifan katarsis

Dari ketujuh partisipan wawancara, ditemukan faktor pendorong yang memungkinkan mereka melakukan katarsis di media sosial khususnya Twitter. Ketertarikan ketujuh partisipan dan pengetahuan mengenai Twitter membuat ketujuh penggemar K-Pop ini bisa memanfaatkan Twitter tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi juga untuk menyalurkan emosi yang dirasakan. Partisipan

R dan I mulai bermain Twitter ketika masih duduk di bangku SMP atau SMA. Kebanyakan dari mereka mulai tertarik bermain Twitter dikarenakan saran atau pengaruh dari teman. Selain itu, ada pula D yang awalnya bermain Twitter karena mengidolakan artis *Western* atau Barat. Lain lagi dengan M yang bermain Twitter karena pada saat itu sedang populer dan teman-temannya pun turut bermain Twitter sehingga menarik minatnya untuk bermain Twitter.

Keadaan emosi atau *mood* penggemar K-Pop yang berubah-ubah disebabkan oleh banyak hal dalam kehidupan sehari-hari ketujuh partisipan. Sebagian besar dari partisipan mengaku bahwa *mood* atau suasana hati mereka dipengaruhi oleh faktor dari orang disekitar, seperti keluarga, teman, bahkan dosen. Selain itu, seperti S dan MC, ada pula yang disebabkan oleh aktivitas terkait idola K-Pop yang digemarinya. Seperti ketika sang idola aktif di Twitter, menyapa penggemarnya, merilis lagu atau konten-konten baru yang bisa mereka tonton, begitu pula jika ada berita atau rumor tidak menyenangkan menyangkut sang idola.

Selanjutnya, dalam kondisi seperti apa penggemar K-Pop ini merasa perlu untuk meluapkan emosinya? Ketujuh partisipan tidak semata-mata meluapkan emosi yang tengah dirasakannya. Terdapat keadaan yang membuat mereka akhirnya memutuskan untuk menyalurkan emosi. Seperti beberapa partisipan yang mengaku menyalurkan emosi ketika emosi tersebut sudah menumpuk dan tidak bisa ditahan lagi. Atau ketika mereka sadar bahwa diri mereka sedang butuh melepaskan emosi supaya lebih tenang, serta merasa belum puas walau sudah dikeluarkan di dunia nyata.

Berikutnya, aktivitas yang dilakukan oleh penggemar K-Pop berdasarkan pengalaman yang diceritakan oleh ketujuh partisipan adalah hampir semua partisipan membuat cuitan atau menulis *tweet*. Selain itu, semua partisipan sering membaca *tweet* dari pengguna lain atau yang ada di beranda. Disamping itu, ketujuh partisipan mengakses cerita buatan penggemar atau biasa mereka sebut Alternate Universe atau AU, baik yang menulis maupun sekedar membaca sebagai hiburan. Banyak dari partisipan yang mengaku menggunakan Twitter dengan tujuan supaya emosi yang sedang dirasakan bisa terlepas dan perasaan menjadi lega. D menyatakan menggunakan Twitter dengan maksud menenangkan diri supaya emosinya kembali stabil. Selain itu, menurut pengakuan A, ia sengaja menggunakan Twitter untuk menyalurkan emosi dengan maksud jika ia hanya ingin melepaskan semua emosi yang dirasakan tanpa ditanggapi atau direspon oleh orang lain.

Tindakan katarsis yang dilakukan oleh ketujuh partisipan bermacam-macam tergantung emosi apa yang sedang mereka ingin luapkan. Dari pengalaman para penggemar K-Pop, mereka menggunakan media sosial Twitter untuk berkatarsis yaitu dengan membuat *tweet* berisi curhatan dan keluh-kesah yang dirasakan. Bahkan ada yang sampai membuat *tweet* panjang hingga emosinya benar-benar lepas. Ada pula penggemar K-Pop yang sering menuliskan *tweet* katarsis di *second account* atau akun privasi miliknya. Selain itu, penggemar K-Pop melakukan katarsis di Twitter dengan *Alternate Universe* atau AU. Ketika mereka merasa jenuh atau emosi sedang menumpuk,

mereka akan membaca atau menulis *Alternate Universe* (AU) supaya emosi yang dirasakan bisa terlepas. Ada pula penggemar K-Pop yang melepaskan emosi dengan curhat atau berbagi cerita dengan teman atau mutualnya melalui *Direct Message* (DM) di Twitter.

Alasan yang membuat penggemar K-Pop menggunakan Twitter sebagai media untuk berkatarsis yaitu karena di Twitter tidak banyak yang mengenal maupun dikenal oleh mereka. Mereka merasa bebas dan nyaman untuk meluapkan emosi yang terpendam. Selain itu, menurut penggemar K-Pop Twitter lebih mudah digunakan dibandingkan media sosial yang lain. Sebab banyak fitur yang bisa dimanfaatkan dan tidak didapatkan di aplikasi media sosial yang lain. Untuk penyaluran atau pelepasan emosi di dunia nyata, beberapa dari partisipan menyalurkan emosi dengan berbagi cerita dengan temannya secara langsung atau curhat. D dan I melepaskan secara langsung apabila sedang kesal pada orang lain yaitu dengan menegur langsung atau marah-marah. Selain itu, ada S yang mengaku melepaskan emosi di dunia nyata atau kesehariannya dengan mendengarkan musik, A dengan jalan-jalan dan membeli jajanan, dan MC yang cukup dengan tidur.

Penggemar K-Pop menggunakan *Alternate Universe* (AU) untuk menyalurkan emosi dengan membaca maupun menulis AU. Ada yang kerap membayangkan diri mereka sebagai tokoh dalam AU tersebut supaya bisa turut merasakan emosi tokoh. Ada pula yang sengaja memasukkan pengalaman pribadi atau kisah hidupnya dalam AU yang dibuatnya. Baik itu diberikan pada tokoh utama ataupun tokoh yang lain. Penulisan pengalaman pribadi tersebut dituangkan dengan menyelipkan di bagian-bagian tertentu dan disusun hingga akhirnya menjadi alur cerita AU yang diinginkan.

Katarsis menggunakan cerita *Alternate Universe* (AU) ini cukup menarik. Menurut penuturan informan wawancara mengenai bagaimana katarsis bisa dilakukan melalui *Alternate Universe* (AU), dikarenakan cerita AU memiliki berbagai genre dan alur yang menarik. Dari sisi pembaca, mereka dapat merasakan alur dalam AU seperti familiar dengan peristiwa atau pengalaman yang mungkin pernah mereka alami, sehingga tanpa sadar mereka memposisikan diri sebagai tokoh yang ada dalam cerita tersebut. Emosi yang dirasakan oleh tokoh dalam AU tersebut pun turut mereka rasakan. Sedangkan dari sisi penulis AU, mereka menulis cerita memang berdasarkan apa yang mereka rasakan atau bahkan peristiwa atau pengalaman yang pernah atau sedang dialami, itulah mengapa cerita AU terasa sangat nyata dan familiar bagi pembaca.

Setelah melakukan katarsis di Twitter, penggemar K-Pop merasakan dampak yang mempengaruhi mereka. Dampak yang dirasakan penggemar K-Pop seperti perasaan lega karena telah menyalurkan emosinya, bahkan meskipun mereka tidak memiliki teman untuk berbagi cerita. Namun, ada pula dari mereka yang mengaku jadi kerap memeriksa ponsel untuk bermain Twitter. Hal ini mengakibatkan banyak waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk kegiatan lain justru terbuang.

Dari ketujuh partisipan wawancara, banyak dari mereka yang merasa jika katarsis atau menyalurkan emosi di Twitter itu penting dilakukan. Mayoritas partisipan menganggap katarsis di Twitter adalah sesuatu yang penting. Hal ini dikarenakan mereka merasa Twitter merupakan tempat yang bisa mereka manfaatkan untuk menyalurkan emosi terpendam apabila sudah tidak menemukan jalan keluar. Namun ada pula yang menganggap katarsis di Twitter tidak terlalu penting sebab ia merasa bahwa tidak semua hal yang dialami dan dirasakan harus dituangkan di media sosial yang bisa dilihat banyak orang, seperti yang diceritakan oleh MC. Ketujuh partisipan menerima masukan dan saran yang diberikan orang lain di Twitter terkait permasalahan yang mereka hadapi. Beberapa merasa berterima kasih karena sudah dipedulikan hingga memberi saran. Saran yang diberikan orang lain kepada partisipan adalah sebagai koreksi untuk diri sendiri, sehingga hal tersebut cukup berguna bagi mereka.

Selain itu, partisipan wawancara tentu menemui hambatan dalam melakukan katarsis di dunia nyata, yang membuat mereka akhirnya pergi ke Twitter untuk berkatarsis disana. Berbagai hambatan yang dikemukakan oleh partisipan membuat mereka kesulitan untuk menyalurkan emosi di dunia nyata. Ada yang disebabkan tidak ada waktu karena sibuk bekerja atau kuliah, tempat dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk meluapkan emosi, tergantung kesanggupan teman yang diajak curhat, hingga keinginan katarsis yang tidak bisa direalisasikan di dunia nyata karena rasa takut. Disamping itu, ada pula yang mengaku tidak memiliki hambatan dalam menyalurkan emosinya di dunia nyata. Berkebalikan dengan R, partisipan M mengaku jika temannya yang diajak curhat selalu menyanggupi dan meluangkan waktu untuk mendengarkan ceritanya.

Ketujuh partisipan menyatakan bahwa menyalurkan emosi di Twitter adalah suatu hal yang wajar. Selain itu, daripada emosi dipendam sendiri dan berdampak buruk, mereka memilih menyalurkannya di media sosial yang merupakan ruang pribadi yang sifatnya publik. Untuk itu, partisipan merasakan kelebihan dan kekurangan yang dirasakannya selama melakukan katarsis di Twitter. Sebagian besar partisipan merasa lebih lega sebab di Twitter mereka bisa lebih bebas dan privat dalam menyampaikan perasaannya. Selain itu, Twitter adalah salah satu media sosial yang aksesnya mudah dan bisa dibuka semua orang. Sedangkan untuk kekurangan, beberapa merasakan bahwa dengan menulis *tweet* berisi curhatan di Twitter tidak selamanya menghasilkan respon yang positif. Selain itu, dengan kemudahan Twitter dari segi akses dan fitur, partisipan MC menyatakan jika apa yang ditulis seseorang di Twitter pasti menjangkau banyak orang dan hal tersebut sedikit banyak akan mempengaruhi keadaan emosional orang lain.

Hampir seluruh partisipan mengaku bahwa melakukan katarsis efektif dilakukan. Untuk medianya, sebagian besar merasa jika Twitter lebih efektif dalam menyalurkan emosi daripada di keseharian. Beberapa merasa leboh efektif menyalurkan emosi secara langsung di dunia nyata,

seperti D dan A. Sedangkan menurut MC, ia merasa menyalurkan emosi di Twitter tidak efektif karena ia tidak mendapat solusi atau jalan keluar dari permasalahannya.

Diketahui bahwa cara katarsis penggemar K-Pop di Twitter selain dengan menulis tweet luapan emosi, penggemar K-Pop juga mengirimkan *Direct Message* (DM) kepada teman atau mutualnya di Twitter serta dengan membaca maupun menulis cerita *Alternate Universe* (AU). Tidak hanya sekedar meluapkan emosi, dari tindakan katarsis yang mereka lakukan ada kalanya mereka mendapatkan masukan atau saran dari orang lain. Mulai dari pengguna lain yang menanggapi tweet yang berisi luapan emosi atau curhatan partisipan, balasan DM dari teman atau mutual partisipan di Twitter, hingga tanggapan pembaca melalui *quote-retweet* dalam cerita AU yang disajikan. Hal ini menghasilkan temuan yang unik dimana melalui tanggapan dan balasan orang lain itulah, penggemar K-Pop mendapat masukan dan *insight* yang mereka gunakan sebagai pertimbangan terkait mungkin permasalahan yang tengah mereka hadapi sehingga katarsis di Twitter ini bisa dikatakan berguna sebagai media konsultasi secara tidak langsung karena tidak secara *face-to-face*.

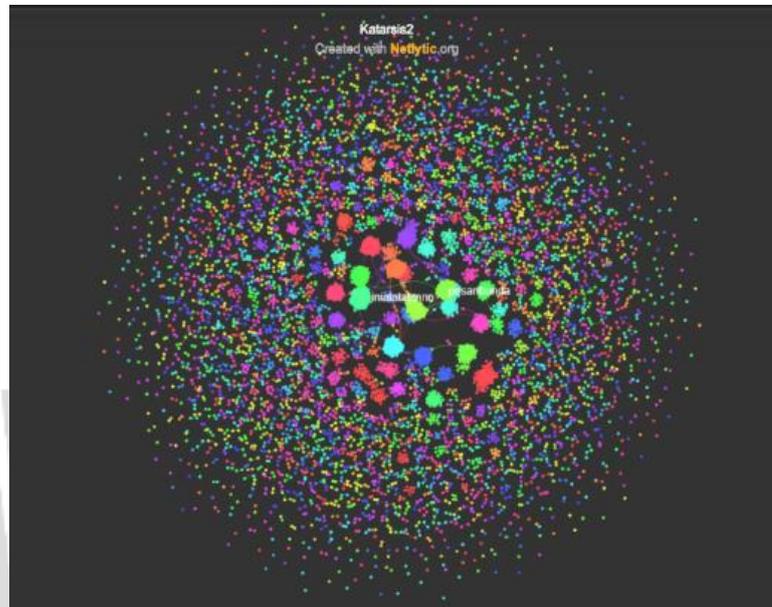
3.2 Pembahasan

Sementara itu, data yang telah dikumpulkan pada jejaring sosial Twitter dari tanggal 2 - 24 Februari 2023 menggunakan aplikasi *social media text and social network analyzer*, netlytic.org, data yang terekam total sebanyak 10.000 dataset. Data yang terkumpul ini terdiri atas *tweet*, *retweet*, *quote tweet*, dan *mention* yang menggunakan kata kunci “Katarsis” atau “Emosi”. Dari 10.000 dataset yang telah dianalisis dengan *Social Network Analysis* (SNA), ‘Text Analysis’ atau analisis teks dilakukan untuk mencari topik populer dan membuat kamus kata dan frasa secara manual untuk mewakili konsep yang lebih luas seperti kata positif vs negatif. Netlytic kemudian akan secara otomatis mengidentifikasi dan menghitung berapa banyak sebutan dalam postingan yang termasuk dalam kamus/kategori tertentu.

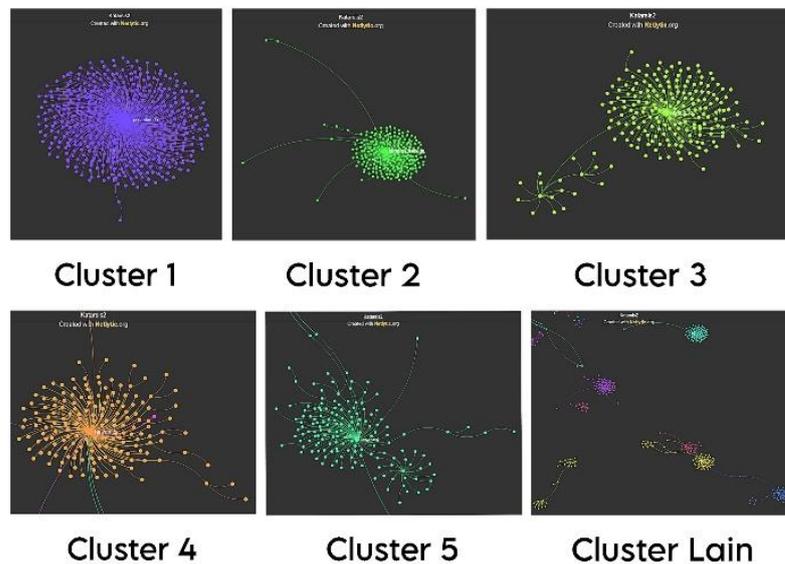
Tabel 3. Data Sebutan dari 10.000 Dataset

	Kategori	Jumlah (Prosentase)
Negatif	Emosi	9.612 (91,2%)
	Marah	215 (2%)
	Sakit	152 (1,4%)
	Menangis	121 (1,2%)
	Sedih	107 (1%)
	Stres	21 (0,2%)
	Lainnya	317 (3%)
	Positif	Suka
Lega		224 (20,8%)
Baik		191 (17,7%)
Sabar		125 (11,6%)
Tenang		92 (8,5%)
Lainnya		207 (19,2%)

Dilihat dari tabel 3, sebutan dalam postingan Twitter didominasi kategori negatif dengan total sebutan sebanyak 10.545 sedangkan yang termasuk kategori positif sebanyak 1.079 sebutan. Dalam kategori negatif, didominasi oleh emosi sebanyak 91,2%. Sementara kategori positif didominasi oleh suka sebanyak 22,2%.



Gambar 1. Sebaran Jaringan Komunikasi 10.000 Dataset



Gambar 2. Sebaran Cluster

Gambar 1 merupakan bentuk visual dari jaringan komunikasi persebaran *tweet* “Katarsis” atau “Emosi”, yang divisualisasikan menggunakan aplikasi *software* Netlytic.org. Setelah dilakukan analisis teks, selanjutnya analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola jaringan komunikasi atau *network analysis* menggunakan *social media text and social network analyzer*, netlytic.org. Pada tahap ini ditemukan kelompok-kelompok besar atau grup *cluster* yang didasari pola komunikasi

aktor (Gambar 2). Yang dimaksud aktor disini yaitu akun Twitter yang ada dalam jaringan komunikasi. Ditemukan 5 grup *cluster* jaringan yang mendominasi dengan jumlah yang besar dan pemberian warna yang sama pada *nodes* mengindikasikan aktor berada pada *cluster*/kelompok yang sama.

Dari data kelompok besar atau *cluster* yang didapatkan, ditemukan nilai sentralitas dari masing-masing *cluster*. Nilai sentralitas merupakan pemusatan sejumlah aktor/akun yang terlibat dalam *cluster-cluster*. Sentralitas tiap *cluster* ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. Data Kelompok Besar/*Cluster*

Cluster	Centrality Values			Aktor
	Indegree	Outdegree	Total degree	
1	508	0	508	@pesanbunda
2	253	0	253	@iamprasprasetja
3	189	0	189	@askrlfess
4	156	0	156	@tanyarlifess
5	119	0	119	@tanyakanrll

Dari tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa nilai sentralitas tiap *cluster* cukup tinggi. *Degree centrality* menunjukkan banyaknya hubungan atau relasi yang dimiliki aktor serta pengaruhnya terhadap akun/aktor lain. *Indegree centrality* menunjukkan aktivitas aktor yang sering kali di-*mention*, di-*retweet*, atau di-*reply* tweet-nya. Sebaliknya, *Outdegree centrality* menggambarkan aktivitas aktor yang kerap kali melakukan *mention*, me-*retweet*, atau me-*reply* postingan tweet dari pengguna yang lain.

Selanjutnya, 10.000 dataset ini direduksi atau disederhanakan dengan meringkas isi dataset yang berupa tweet atau cuitan serupa yang berjumlah lebih dari satu. Data yang tidak diperlukan dan tidak penting akan dihapus untuk memudahkan proses pemilihan data yang sesuai. Dari proses reduksi ini berhasil diringkas menjadi 260 dataset yang kemudian teksnya dianalisis dan diidentifikasi kembali untuk menemukan topik populer dan sebutan tertentu.

Tabel 5. Sebutan dari 260 Dataset

Kata/Sebutan	Jumlah (Prosentase)
Emosi	226 (9,04%)
Nangis	29 (1,16%)
Marah	21 (0,84%)
Sedih	20 (0,8%)
Happy	9 (0,36%)
Capek	8 (0,32%)
Kesel	7 (0,28%)
Seneng	6 (0,24%)
Galau	5 (0,2%)
Tenang	5 (0,2%)

Dilihat dari tabel 5, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan penggemar K-Pop membuat tweet yang mengandung kata berkategori negatif. Mayoritas penggemar K-Pop (9,04%) menyebutkan kata “Emosi” dalam postingan Tweet-nya, diikuti dengan “Nangis” (1,16%), “Marah” (0,84%), dan “Sedih” (0,8%). Dari data yang dikumpulkan menggunakan Netlytic, dapat diambil kesimpulan bahwa emosi negatif muncul secara konsisten dalam postingan *tweet* penggemar K-Pop.

Dari wawancara yang telah dilakukan, penggemar K-Pop menyalurkan emosinya di Twitter dengan berbagai cara. Salah satu cara katarsis penggemar K-Pop adalah dengan menuliskan *tweet*. Cuitan atau *tweet* yang dituliskan berisi ungkapan emosi yang sedang mereka rasakan, baik yang positif maupun yang negatif seperti marah, sedih, kesal, dan senang. Beberapa dari mereka lebih sering menuliskan *tweet* yang berisi ungkapan emosi pada *second account* atau akun privat milik mereka. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Subrahmanyam, Smahel, & Greenfield, (2006) yang berjudul *Connecting Developmental Constructions to the Internet: Identity Presentation and Sexual Exploration in Online Teen Chat Rooms* dimana remaja cenderung mengeksplor potensi labilitas dalam keadaan kritis, seperti menuangkan atau mengeksplorasi seluruh dorongan emosional dalam dirinya melalui internet.

Selanjutnya, ada dari mereka yang berbagi cerita atau curhat pada mutual atau teman mereka di Twitter melalui *Direct Message* (DM) untuk sekedar didengar atau mendapat saran. Mutual mereka di Twitter ini biasanya bukan merupakan teman di luar Twitter (sehari-hari). Dengan kata lain, mereka ini bisa saja bahkan belum pernah bertemu di kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan tujuan katarsis untuk mencari makna hidup, pemecahan masalah, proses diri sendiri, dan penemuan perbedaan atau perubahan kesadaran dari keadaan, kesadaran orang dalam kondisi biasa/normal (Rahmawati, 2020).

Lalu, ada dari mereka yang memilih membaca *tweet* atau cuitan di *Timeline* Twitter yang berbaur lucu dan menghibur supaya *mood* mereka yang buruk kembali baik. Selain itu, dari 7 informan yang diwawancarai, semuanya mengatakan sering memanfaatkan *Alternate Universe* atau AU di Twitter untuk menyalurkan emosinya. Saat mereka sedang pada emosi yang negatif, mereka akan meluapkan emosi tersebut dengan membaca atau ada juga yang menuliskannya dalam bentuk cerita *Alternate Universe* (AU) di Twitter. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan Wahyuningsih, bahwa katarsis merupakan penyaluran atau pelepasan emosi secara menyeluruh namun dengan cara yang konstruktif sehingga tidak merugikan orang lain (Wahyuningsih, 2017).

Lalu alasan atau motif penggemar K-Pop melakukan katarsis di Twitter adalah karena para penggemar K-Pop ini merasa nyaman untuk menyalurkan emosi mereka di Twitter. Sebab, tidak ada orang yang mengenal mereka di Twitter sehingga mereka lebih leluasa dan bebas dalam mengekspresikan apa yang sedang mereka rasakan. Di Twitter, mereka tidak merasa di *judge* oleh orang lain ketika meluapkan emosi yang dirasakan dan karena di Twitter banyak juga orang-orang

yang membuat *tweet* terkait emosi yang dirasakan atau permasalahan yang tengah dialami sehingga para penggemar K-Pop ini pun bisa merasakan hal yang sama dan tidak merasa sendirian. Tujuan mereka melakukan katarsis di Twitter, karena penggemar K-Pop ingin melepaskan emosi yang sedang mereka rasakan supaya lebih tenang dan merasa lega. Selain itu, penyaluran emosi di Twitter dilakukan ketika mereka susah untuk bercerita pada orang lain. Jadi, mereka tetap bisa menyalurkan emosi yang tengah dirasakan tanpa harus menceritakannya pada teman atau orang dekat sehingga emosi yang ada dalam diri mereka tidak terpendam.

Penggemar K-Pop merasakan dampak atau pengaruh yang positif maupun yang negatif dari katarsis di Twitter. Mereka menyatakan dampak positif yang dirasakan berupa rasa lega sebab sudah mengekspresikan emosinya di Twitter, sebagai tempat atau wadah untuk meluapkan emosi yang terpendam walaupun tidak ada teman untuk cerita. Ada pula yang mengatakan menyalurkan emosi di Twitter dapat digunakan sebagai refleksi diri sebab terkadang *tweet* mereka mendapat tanggapan atau saran dari orang lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013) tentang katarsis dengan menulis buku harian, menulis bisa memberikan dampak positif berupa manfaat yaitu memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang tengah dialami, sebagai media untuk introspeksi, perasaan lega secara emosional seperti kenyamanan dan kebebasan dalam mengungkap apa yang kiranya tidak dapat disampaikan kepada orang lain.

Informasi atau berita-berita pun mereka dapatkan di Twitter sebab mereka mengatakan penyebaran informasi di Twitter lebih cepat. Ada pula yang menggunakan Twitter sebagai pengalih beban pikiran, pelarian dari masalah, sampai media untuk melihat pandangan baru dari orang-orang. Selain itu, bagi mereka yang memanfaatkan *Alternate Universe* (AU), dampak positif yang dirasakan yaitu dapat berbagi informasi atau ilmu baru yang didapatkan dalam AU tersebut, dapat menyalurkan hobi mereka, memberi semangat dan hiburan, serta memberi inspirasi maupun menginspirasi orang lain. Elvina dalam (Rahmawati, 2020) menyebutkan bahwa manfaat dari katarsis yaitu rasa sakit yang dirasakan berkurang, melenyapkan kepercayaan yang negatif, perubahan atau hilangnya kebiasaan, pengurangan stres pasca trauma, serta memasukkan sugesti positif dan membuat jiwa tenang.

Sedangkan untuk dampak negatif yang dirasakan, beberapa dari mereka mengaku jadi sering memeriksa ponsel dan membuka Twitter sehingga banyak waktu yang terbuang. Ada pula yang mengaku jadi mudah terpancing emosi jika melihat postingan yang mengundang kemarahan atau kekesalan, atau yang justru jadi urung meluapkan emosinya karena terlanjur hilang *mood* setelah membaca postingan curhatan orang lain, semakin tertutup untuk bercerita pada orang lain karena sudah terlalu nyaman meluapkan di Twitter, mendapat respon atau tanggapan yang kurang mengenakan terkait *tweet* yang dituliskan, serta emosi yang diluapkan terasa stagnan atau tidak sepenuhnya “plong” karena hanya melalui Twitter. Penelitian yang dilakukan oleh Brumat (2017)

menjelaskan katarsis sebagai momen disosiasi yang mampu membangkitkan kesadaran baru dalam diri manusia tentang perubahan batin dan mengakibatkan keadaan kesadaran yang dimodifikasi untuk meluapkan permasalahan tersebut.

Sementara itu, dampak negatif yang dirasakan penggemar K-Pop dari *Alternate Universe* (AU) untuk menyalurkan emosi yaitu terlalu terbawa suasana pada AU yang dibaca sehingga sering terpancing emosi, jadi sering halu atau mengkhayalkan tokoh dalam AU yang dibaca bahkan ada yang sampai terbawa mimpi. Ada pula yang terbawa hingga ke kehidupan sehari-hari, seolah-olah cerita AU tersebut adalah nyata, menyebabkan beberapa dari mereka merasa jengkel atau benci pada idola K-pop. Selain itu, salah satu informan yang menulis AU mengatakan merasa kurang nyaman apabila pembaca AU-nya memberikan *spam* di Twitternya untuk menagih *update* dari cerita AU yang ditulisnya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gumelar, Almaida, & Laksmiwati, 2021) yang menyebutkan bahwa penggemar K-pop menganggap idolanya sebagai *mood booster*, *support system*, pembangkit suasana hati ketika merasa sedih, serta beranggapan bahwa idolanya merupakan bagian dari kehidupan mereka, sehingga mereka dapat setiap hari memikirkan sang idola dan semakin berusaha untuk terlibat dalam kehidupan idola, bahkan mereka merasa memiliki ikatan emosional dengan idolanya.

Penggemar K-Pop sering mengakses *Alternate Universe* (AU) yang ada di Twitter. Bagi penggemar K-Pop yang membaca *Alternate Universe*, mereka membayangkan diri mereka sebagai tokoh utama atau karakter dalam cerita yang dibaca. Terlebih apabila cerita yang disuguhkan terasa familiar bagi mereka sehingga mereka merasa *relate* dengan apa yang dirasakan oleh si tokoh. Jalan cerita, tokoh yang dipakai, dan penulisan cerita juga berpengaruh sebab jalan cerita yang tidak masuk akal atau bertele-tele, tokoh visualisasi dari idola K-Pop yang tidak mereka ikuti, dan penulisan cerita yang terlalu kaku membuat penggemar K-Pop sulit untuk mengikuti dan menikmati cerita yang ada. Penelitian yang dilakukan oleh Bangun, dkk pada tahun 2020 mengungkap bahwa biasanya penulis *Alternate Universe* sengaja melakukan “pelokalan” pada idola mereka, maksudnya adalah karakter yang diciptakan dalam fiksi tersebut dibuat lebih “relatable” atau seolah-olah berasa berkaitan dengan kehidupan sehari-hari penggemar (Bangun, Kumaralalita, & Sukur, 2020).

Sedangkan bagi mereka yang menulis cerita *Alternate Universe* (AU), mereka menuliskan emosi yang tengah dirasakan menjadi sebuah cerita dengan *genre* yang sesuai. Apabila tengah merasa sedih, mereka akan menuliskan cerita dengan *genre angst* atau sedih sehingga perasaan sedih yang mereka rasakan bisa tersalurkan. Mereka juga kerap menyelipkan pengalaman yang dialami pada cerita, menuliskannya sebagai hal yang tengah dialami tokoh yang ada dalam cerita tersebut. Kisah yang mereka alami dicerminkan pada tokoh yang mereka buat di AU, baik kisah yang sudah selesai maupun yang belum tuntas dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Burt (2017) yang mengemukakan bahwa fiksi yang dibuat

penggemar adalah gambaran pintu atau portal pengaman yaitu sesuatu yang menggantikan kemauan yang tidak dapat diinterpretasikan, diwujudkan, atau dilakukan di dunia nyata.

Salah satu informan wawancara menyebutkan bahwa emosi yang tengah ia rasakan tidak semata-mata dilimpahkannya pada satu tokoh atau tokoh utama saja, melainkan ia pecah-pecah ke beberapa tokoh yang ada. Penulisan cerita AU yang digunakan juga cenderung lebih suka menggunakan narasi daripada tampilan *bubble chat* percakapan di ponsel. Hal ini dikarenakan informan ini lebih puas meluapkan emosi dengan kalimat panjang berbentuk paragraf yang bisa dengan tepat mengekspresikan perasaannya. Baginya, *character development* atau pengembangan karakter merupakan cerminan dirinya setelah berhasil menemukan solusi atas apa yang tengah dialaminya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Zhao (2022) pada penelitian yang dilakukannya dengan judul ‘Entangling the Self: Emotions and Existence in Fanfiction Writing’ dengan hasil bahwa penulis *fanfiction* dapat memanfaatkan tulisan sebagai alat untuk memproses kesulitan dan mengeksplorasi aspek liminal diri, secara aktif atau tidak sadar menggunakan ruang dan karakter fiksi untuk berdiskusi dan melatih diri mereka sendiri, serta penulis merasa menerima bantuan emosional dan katarsis dalam proses ini.

4. PENUTUP

Secara umum, pengalaman penggemar K-Pop dalam memanfaatkan Twitter sebagai media katarsis dengan menuliskan tweet atau postingan terkait emosi atau perasaan yang tengah dirasakannya. Emosi-emosi yang dituangkan dalam postingan tweet mereka, rata-rata mengandung muatan emosi negatif seperti marah atau kesal, sedih, mengeluh, dan sebagainya. Sebagian dari mereka menggunakan akun privasi atau *second account*, berbagi cerita (curhat) pada teman atau mutualnya melalui *Direct Message* (DM), membaca tweet-tweet lucu, mengirim tweet menfes atau sekedar membaca kiriman tweet berisi curhatan orang lain dan tanggapan-tanggapan pengguna lain yang ada di akun base. Mayoritas dari penggemar K-Pop membaca atau menulis *Alternate Universe* (AU) untuk bisa melepaskan emosi yang tertahan atau keinginan dalam diri yang tidak bisa diwujudkan. Alasan penggemar K-Pop melakukan katarsis di Twitter karena mereka merasa lebih bebas, aman, dan nyaman dalam meluapkan emosinya. Dampak yang dirasakan oleh mereka yaitu merasa lega, emosi yang terpendam bisa dikeluarkan, namun ada pula yang merasa katarsis di Twitter banyak membuang waktu dan justru membuat pribadinya makin tertutup terhadap orang lain.

Alternate Universe (AU) yang dibaca maupun ditulis oleh penggemar K-Pop ini dapat digunakan sebagai media katarsis sebab menurut pengalaman penggemar K-Pop, mereka memosisikan diri menjadi tokoh yang ada dalam cerita AU tersebut, membayangkannya dan merasakan emosi yang dirasakan tokoh pada diri mereka, atau bahkan menuliskan peristiwa dan pengalaman pribadi mereka dalam AU atau menyelipkan sedikit kisah hidup mereka pada tokoh

yang terdapat dalam AU yang mereka tulis sehingga emosi mereka yang terpendam atau belum tuntas bisa tersalurkan melalui penulisan AU. Dari *Alternate Universe* (AU) yang diakses, mereka merasa lebih lega, lebih terhibur, jadi bisa melampiaskan emosi dan menyalurkan hobi. Tetapi, banyak juga dari mereka yang terlalu terbawa perasaan setelah membaca AU, sehingga membuat mereka sering berkhayal tentang idola dalam AU tersebut, ikut-ikutan sedih, marah, sampai membenci idola tersebut di dunia nyata akibat terlalu mendalami cerita yang dibaca.

Dari uraian pembahasan diatas maka peneliti memberikan saran-saran kepada penggemar K-Pop, untuk lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial Twitter. Manfaat yang dirasakan setelah melakukan katarsis di Twitter mungkin bisa membuat perasaan jadi lega atau terkadang mendapat masukan yang dibutuhkan, tetapi jangan sampai membuat diri menjadi pribadi yang tertutup dan sulit membuka diri pada orang lain. Barangkali apabila lebih terbuka dengan orang lain di dunia nyata, permasalahan atau emosi yang dirasakan bisa lebih tersalurkan dengan sepenuhnya, mendapat tanggapan lebih cepat karena disampaikan langsung tanpa menunggu orang tersebut *online* terlebih dahulu. Kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik katarsis, peneliti memberikan saran untuk meneliti media sosial lain selain Twitter untuk media katarsis supaya sudut pandang yang didapatkan berbeda. Selain itu, subjek yang diteliti bisa lebih luas lagi supaya mendapatkan variasi jawaban dan temuan baru dalam penelitian. Metode yang digunakan juga bisa menggunakan pendekatan lain dan alat bantu lain selain Netlytic untuk melengkapi data supaya hasil penelitian lebih terperinci dan detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agustine, A., Jeanza, A. D., Pambudi, D. T., & Pandin, M. G. (2022). Analysis on Alternate Universe Popularity's Effect on Digital-Era Society's Reading Habit in Philosophical Perspective.
- Baihaqi, M. A., Nurjanah, D. S., & Chodijah, M. (2020). Analog Shocking Therapy sebagai Metode Katarsis terhadap Ketenangan Jiwa Pada Karyawan. *Syifa al-Qulub*, 4 (2), 1-10.
- Bangun, C. R., Kumoralalita, N., & Sukur, G. F. (2020). Studying Fandom Online: A Case Study of TWICE and STRAY KIDS Fandom on Fan Fiction Practices of @ESKALOKAL and @GABENERTWICE on Twitter. *ASPIRATION (ASPIKOM Jabodetabek International Research Journal of Communication)*, 1 (2), 200-219.
- Brumat, E.C. (2017). Catharsis And Its Relations Between Art, Therapy and Arts Therapies. Ljubljana.
- Budiyono, N. R., Sudiro, S., & Wibowo, A. P. (2020). The Effectiveness of Expressive Writing and Social Media as Emotional Release. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences*, 2(1), 30-35.

- Burt, S. (2017). *The Promise and Potential of Fan Fiction*. Newyorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/the-promise-and-potential-of-fan-fiction>
- Derecho, A. (2006). A Definition, a History, and Several Theories of Fan Fiction. *In Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays (p. 61)*: McFarland & Company, Inc. Publishers.
- Duffet, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*: Bloomsbury Publishing USA.
- Etikasari, Yulia. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-popers) (Studi pada Penggemar K-pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 4(3), 190-202.
- Farabi, Q. N. (2020). Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction. *Jurnal Ultimacomm*, 12 (1), 34-52.
- Gooch, B. (2008). *The communication of fan culture: The impact of new media on science fiction and fantasy fandom* (Thesis, Georgia Institute of Technology, Atlanta, GA).
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Hadori, M. (2012). Proses Pembentukan Identitas Santri pada Remaja Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'ah Situbondo. *JURNAL LISANUL HAL*, 4(2), 205-226.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hurlock, E.B. (2007). *Perkembangan Anak Jilid 1*(terjemahan). Jakarta: Erlangga
- Ilmiyana, H. (2020). Pengembangan Paket Pelatihan Menulis Ekspresif sebagai Media Katarsis Kecemasan Siswa Introvert di SMA. *Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 1 (1), 14-26.
- Imami, A.D., Sulistiyorini, D., & Setiyowati, N. (2016). Efektivitas Kegiatan Pendampingan Menggambar (dengan Modifikasi Art Therapy) sebagai Katarsis terhadap Agresivitas. *Jurnal Sains Psikologi*, 5(2). 1-5.
- Indonesia, CNN. (2022, Januari 26). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Jeanette, S. P. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393-400.
- Mastan, I. A., & Christianto. (2021). Penerapan Social Network Analysis Dalam Menganalisis Kerjasama Tokopedia dengan Boyband Korea BTS. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif*, 13(1), 32-42.
- Muthmainnah. (2015). Peranan Terapi Menggambar sebagai Katarsis Emosi Anak. *Jurnal Pedidikan Anak*, 4(1). 524-529.
- Pangestu, G. M., Tripalupi, M. F., & Wibowo, J. H. (2022). Analisis Jaringan Komunikasi #KesetaraanGender Sebagai Aktivitas Digital di Twitter dalam Meningkatkan Kesadaran Tentang Kesetaraan Gender. *Seminar Nasional 2022 "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi"*. 1. Surabaya: Universitas 17 Agustus Surabaya.
- Perse, E. M., & Lambe, J. (2017). *Media Effects and Society*. New York: Routledge.
- Putri, A. (2013). *Menulis Buku Harian sebagai Media Katarsis Stres Remaja di Pelayanan Sosial*. Retrieved from Academia:

- https://www.academia.edu/6338938/MENULIS_BUKU_HARIAN_SEBAGAI_MEDIA_KATARSIS_STRES_REMAJA
- Rahmawati, N. (2020). Kajian Literatur Psikologi: Katarsis sebagai Bentuk Ekspresif Diri Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19. 1-6.
- Reijnders, S., Waysdorf, A., Zwaan, K., & Duits, L. (2017). Fandom and Fan Fiction. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-12). John Wiley & Sons, Inc.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13 - 23.
- Setyaputri, N. Y., Khususiyah, & Ardhani, D. K. (2019). Pemanfaatan Teknik Menulis Ekspresif Sebagai Wujud Katarsis untuk Mereduksi Burnout Mahasiswa Tingkat Akhir. *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran)*, 3, 404-410.
- Sauro, S. (2019). Fan Fiction and Informal Language Learning. In *The Handbook of Informal Language Learning* (eds M. Dressman and R.W. Sadler). <https://doi.org/10.1002/9781119472384.ch9>
- Sobur, A., & Mulyana, D. (2020). Filsafat Komunikasi. Tradisi, Teori dan Metode Penelitian Fenomenologi (Revisi). Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Subrahmanyam, K., Smahel, D., & Greenfield, P. (2006). Connecting Developmental Constructions to the Internet: Identity Presentation and Sexual Exploration in Online Teen Chat Rooms. *Developmental Psychology*, 42(3), 395-406.
- Syahrani, N., & Mahadian, A. B. (2017). Perilaku Menulis Fanfiction oleh Penggemar KPop di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 6 (2), 200-219.
- Swaggerty, E., & Bahoric, K. (2015). Fanfiction: Exploring in- and out-of-school literacy practices. *Colorado Reading Journal*, 25-31.
- Vanri, K. F., & Hasbiyalloh, B. Y. (2012). Games Online dan Katarsis Virtual : Studi Kasus dengan Analisis Psikoanalisis Freud pada Kecenderungan Permainan Game Interaktif Point Blank dan Second Life. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 35-54.
- Wahyuningsih, S. (2017). Teori Katarsis dan Perubahan Sosial. *Komunikasi*, 11 (1), 39-52.
- World, KBS. (2022, Maret 4). *Penggemar Global Hallyu Lampau 150 Juta Orang, Menunjukkan Peningkatan Pesat*. Retrieved from KBS WORLD: http://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=66020
- Zhao, K. X. (2022). Entangling the Self: Emotions and Existence in Fanfiction Writing. *Furthering Perspectives*, 11, 106-115.
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1 (2), 102-109.