

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penggunaan media sosial saat ini membuat kita lebih mudah untuk terhubung dengan dunia luar secara tidak langsung. Hanya dengan menekan layar perseggi dan terhubung dengan internet, kita mendapatkan informasi dari berbagai tempat dengan mudah. Media sosial juga membantu kita untuk berkomunikasi jarak jauh dengan teman, pacar dan sanak saudara. Mengutip dari artikel *communication.binus.ac.id* (Rezwini, 2017), media sosial memiliki banyak manfaat sebagai media penghibur, media kreativitas, dan media informasi. Lalu media sosial juga memiliki dampak buruk dengan kurangnya interaksi secara langsung dengan orang sekitar dan menimbulkan efek candu bagi penggunanya.

(Carr & Hayes, 2015) menyatakan bahwa media sosial merupakan *mobile* saluran dan alat yang terhubung pada internet untuk membangun sebuah komunitas, jaringan, pendekatan dan juga partisipasi. Media sosial digunakan pengguna untuk berbagi pendapat, konten dan berinteraksi. Sedangkan (Carr & Hayes, 2015) menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang terhubung pada internet yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mempresentasikan dirinya dan juga berinteraksi secara langsung atau tertunda, dengan khalayak yang luas atau tidak yang mendorong sebuah nilai *user-generated content*.

Banyaknya media sosial yang ada membuat masyarakat menjadi lebih mudah untuk bersosialisasi melalui gadget. Beberapa jenis media sosial seperti Facebook, Twitter, Line, YouTube, WhatsApp, Telegram hingga Instagram. Salah satunya seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diko Mahardika (2019) yang melakukan penelitian tentang pengungkapan diri yang dilakukan pada media sosial Instagram *Instastory* yang mendapatkan

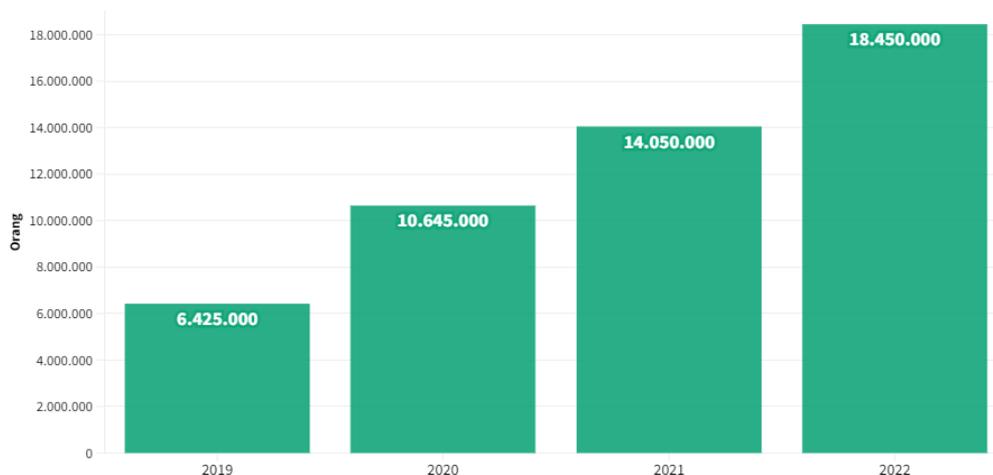
kesimpulan mereka melakukan hal tersebut dikarenakan merasa aman serta puas tetapi itu semua di pengaruhi oleh suasana dan cenderung tidak jujur dengan kondisi tersebut. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh N. Anggraeni & Zulfiana (2018) tentang kesepian serta pengungkapan diri di Instagram memiliki kesimpulan bahwa kesepian serta pengungkapan diri tidak memiliki hubungan satu sama lainnya. Lalu, untuk penelitian Utomo & Laksmiwati (2019) tentang hubungan harga diri dan pengungkapan dirinya melalui Instagram, hasilnya bahwa semakin harga diri, semakin tinggi dalam melakukan pengungkapan dirinya.

Pada penelitian terdahulu, tidak hanya melakukan penelitian dari media sosial Instagram saja, tetapi ada juga yang melihat melalui SNS, yaitu penelitian menurut (Seo et al., 2022) yang memiliki kesimpulan bahwa negara Korea Selatan lebih banyak mempengaruhi perilaku *self-disclosure* dibandingkan negara Jerman.

Banyaknya penelitian yang membawa media sosial Instagram, peneliti melakukan penelitian dari media sosial Twitter. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah Twitter. Twitter sendiri didirikan oleh Biz Stone, Evan Williams, Jack Dorsey dan Noah Glass pada 21 Maret 2006 dan Jack Dorsey mengunggah kicauan pertama kali di Twitter. Pada awalnya, Twitter hanya membatasi 140 karakter dalam satu kali kicauan. Seiring berjalannya waktu, sekarang Twitter sudah bisa mencapai 280 karakter (Pratomo, 2021).

Lalu berdasarkan data dari dataindonesia.id, Indonesia menjadi negara kelima pengguna terbesar di dunia, yaitu sekitar 18,45 juta pada Januari 2022. Tidak hanya itu, pengguna Twitter pada tahun 2022 naik mencapai 31,3% dan untuk pengguna aktif harian tercatat sebanyak 237,8 juta pada kuartal II pada tahun 2022. (Rizaty, 2022)

Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia (2019-2022)



Gambar1. 1 Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia
Sumber: DataIndonesia.id, 2022

Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh K-Popers adalah Twitter. Hal ini dikarenakan menurut penelitian yang dilakukan oleh Ambronsius & Rahman (2022) bahwa media sosial Twitter sangat penting untuk mendapatkan informasi dari *idol*. Tidak hanya itu informasi yang didapatkan biasanya dilebih-lebihkan atau banyaknya berita palsu. membuat media sosial sering digunakan oleh kalangan *K-Popers*. *K-Popers* sendiri adalah seorang yang menyukai segala hal yang berhubungan dengan budaya, lagu hingga artis Korea Selatan. Tidak hanya itu, topik K-Pop selalu mendominasi Twitter yang dimana terdapat 7,5 miliar kicauan pada tanggal 1 Juni sampai 30 Juli 2021 dan Indonesia menjadi negara urutan pertama dengan kicauan terbanyak pada #KpopTwitter. (Yeon Jeong, 2021)

Cara K-Popers memperkenalkan idolanya serta kecintaanya melalui *roleplay*, yaitu dengan menggunakan Twitter sebagai salah satu media sosial yang digunakan. Hal yang mereka lakukan dengan membuat sebuah identitas yang mirip dengan idolanya dan mengunggah keseharian yang dilakukannya. Lalu dalam *roleplay* adanya interaksi bersama *roleplay* lainnya dan bisa membuat *plot* serta *imagine* bersama teman virtual. Tidak hanya itu, mereka

juga menggunakan ‘ava korea’ atau idol korea selatan dan mencantumkan kata “RP” atau “*roleplay*” (Khusnulkhathimah, 2020).



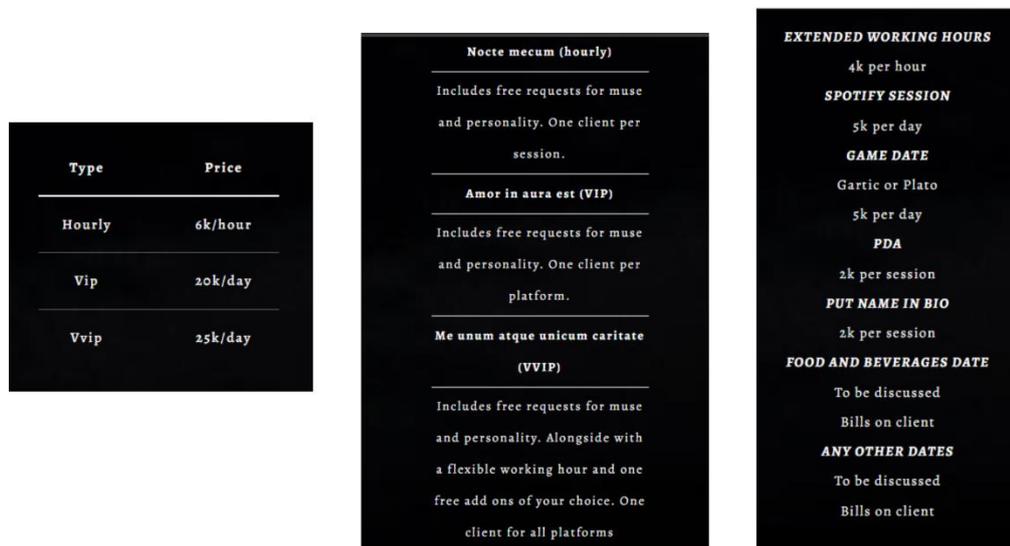
Gambar1. 2 Negara dengan Volume Tweet Terbanyak

Sumber: Twitter, 2021

Banyaknya *roleplay* yang ada di media sosial Twitter, akhirnya ada sesuatu yang komersil dan belum di dirikan pada badan usaha yang formal. Badan ini masih berhubungan dengan *roleplay* dan seorang *K-Popers*. Mereka memberikan jasa yang berupa menyewakan dirinya atau *alter ego*-nya dan mereka mendapatkan upah. Hal tersebut adalah rental *boyfriend* yang berada di Twitter. Pencaharian jasa ini mudah temukan dengan *#sewapacar* yang dikelola perorangan atau manajemen.

Lalu untuk harga yang diberikan untuk rental *boyfriend* virtual mulai dari Rp.85.000, - untuk 3 hari arau Rp.150.000, - untuk 1 minggu (Nurchahyo, 2021). Tidak hanya harga saja yang dicantumkan pada cardnya, tetapi ada juga *package* yang berbeda-beda dan menarik. Mulai dari hourly, regular, VIP, VVIP, *night companion* bahkan sampai *one night stand*. Untuk regular biasanya dalam satu hari *talent* bisa menerima sampai tiga *client* dan dikenakan dari harga Rp.17.000, - sampai Rp. 20.000, - harga ini disesuaikan dengan talentnya dan *package* yang diberikan. Lalu untuk *package* VIP, *talent* akan

menerima satu *client* saja, sedangkan VVIP biasanya sama seperti VIP, tetapi yang membedakan ada *flexible work out* yaitu dari *talent* bangun sampe tidur. Untuk *package night companion* adalah sesi yang mulai dari jam 19.00 sampai 01.00 ditujukan kepada *client* yang membutuhkan afeksi saat malem atau selesai beraktivitas. Sedangkan untuk *package one night stand* berupa afeksi seksual yang dilakukan dengan cara *roleplay* saat malam hari. Rata-rata *package* yang dengan harga yang lebih mahal akan mendapat secara gratis *movie date*, *Spotify session* atau *game date* yang seharusnya terpisah dari *package* dan bisa *add on*.

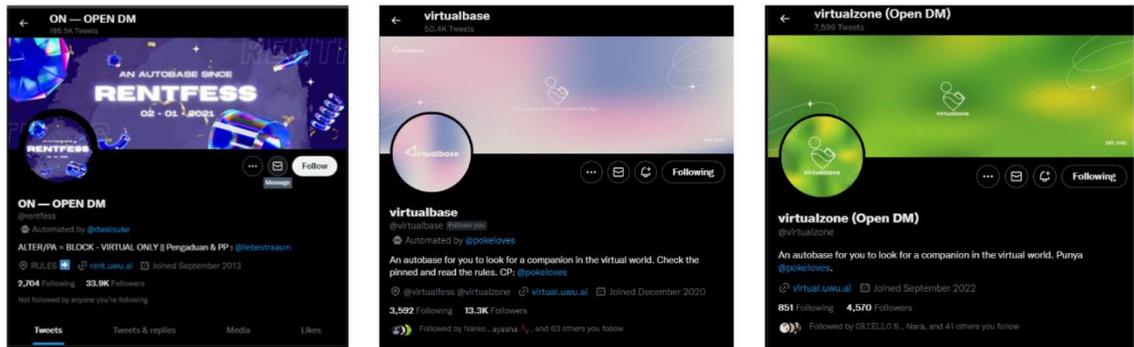


Gambar1. 3 Contoh *package*
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Lalu pada kanal Twitter terdapat base khusus untuk rental jasa tersebut. *Base* pada Twitter adalah akun yang memberikan unggahan sesuai topik akun tersebut. Tidak hanya itu, *base* tersebut memiliki admin yang dapat mengendalikan akun tersebut serta pengikut yang memiliki hobi yang sama (Aisyah, 2022).

Base-base rental *boyfriend* virtual semakin lama semakin banyak pengikutnya. Hal ini dikarenakan semakin banyak orang-orang yang mencari jasa tersebut. Biasanya mereka dengan mengirimkan pesan melalui *direct message*, lalu bot akan langsung mengirimkan *tweet* tersebut untuk dibagikan

ke publik agar para penyedia jasa dapat melakukan *promote* dirinya. Tidak hanya satu *base*, tetapi ada tiga *base* yang sampai sekarang masih aktif.



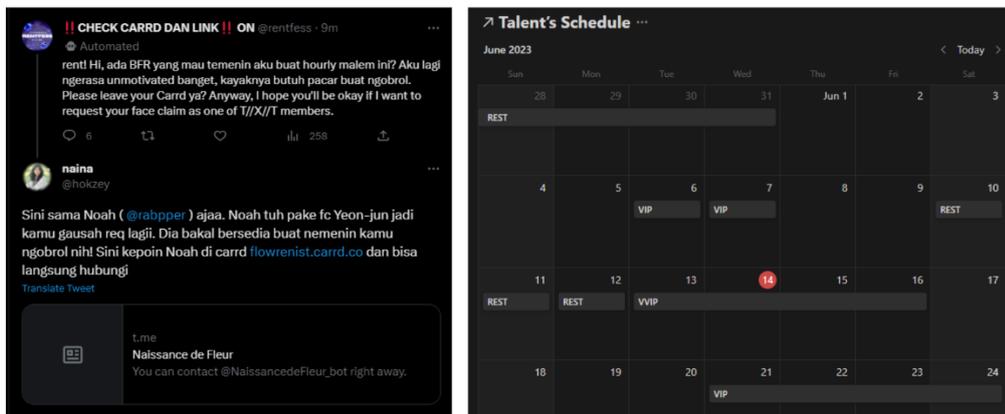
Gambar1. 4 Base rental virtual di Twitter
Sumber: Dokumen Pribadi, 2022

Lalu dengan melakukan sesi *boyfriend* virtual, mereka akan melakukan *roleplay* sebagai pasangan idol. Pacaran virtual ini sebenarnya sama dengan orang-orang yang berpacaran pada umumnya atau rental pacar yang menggunakan biodata aslinya, tetapi yang membedakan biasanya mereka tidak mengungkapkan diri aslinya kepada publik dan tetap menggunakan *face claim* dari idola mereka. *Face claim* ini sendiri adalah wajah yang diklaim atau tokoh yang kita perankan, contohnya seperti menggunakan *face claim* Ryujin, artis korea selatan, yang artinya kita sedang memerankan Ryujin.

Sedangkan yang membedakan dengan *author AU* adalah mereka membuat sebuah cerita yang membuat tokoh pemeran utama tersebut adalah idolnya sendiri. Biasanya mereka berkreasi dengan jalan cerita yang menarik dan imajinasi sesuai keinginan penulis. Arti dari AU adalah singkatan dari *Alternatif Universe* dan biasanya di *upload* pada kanal Twitter (Sabandar, 2022) AU sendiri mengajak pembaca untuk merasakan apa yang dirasakan oleh tokoh yang dibuat oleh penulis dengan terpuaskan fantasi tersebut dengan membaca dan membuat fantasi tersebut, sedangkan rental *boyfriend* virtual memuaskan dirinya dengan benar-benar mengajak pengguna jasa untuk ikut langsung terjun pada suatu komunitas. Jika membaca AU mereka hanya

membayangkan apa yang terjadi pada alur cerita, tetapi rental *boyfriend* virtual ada sebuah komunikasi personal yang terjadi saat sesi berlangsung.

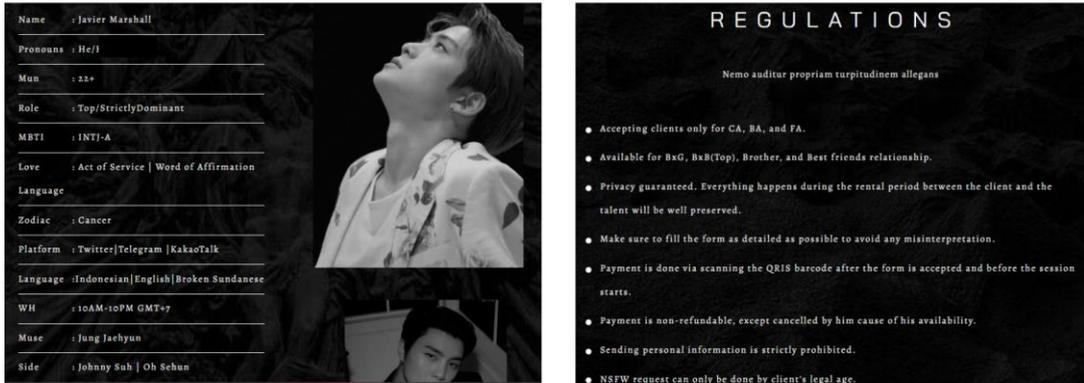
Penyedia jasa yang menjadi rental *boyfriend* virtual ini sendiri biasanya dikarenakan memang awalnya seorang yang pernah bermain *roleplay* dan merasa membutuhkan uang tambahan. Maka dari itu mereka merasa daripada bermain *roleplay* saja, lebih baik langsung menjadi rental *boyfriend* virtual.



Gambar1. 6 Contoh promosi dan scheduling manajer
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Penyedia jasa tidak hanya berkerja sendiri, tetapi dibantu oleh agensi dan manager. Agensi merupakan sebuah badan naungan yang berisi banyak *talent* dan biasanya diatur oleh satu sampai tiga manager yang tergantung banyaknya *talent* yang berada didalam agensi. Sedangkan Manager ini sendiri membantu dalam melakukan promosi *talent*, membuat jadwal untuk *talent*, mengurus keuangan yang masuk, dan menjawab *client* saat ingin melakukan *booking*.

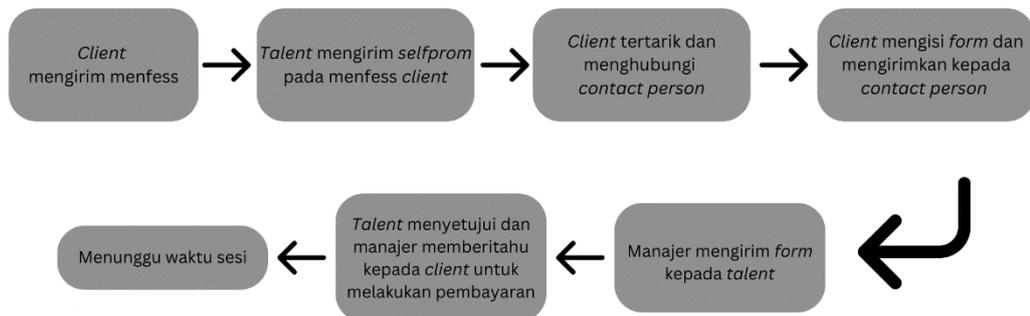
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 6 Contoh *card talent*

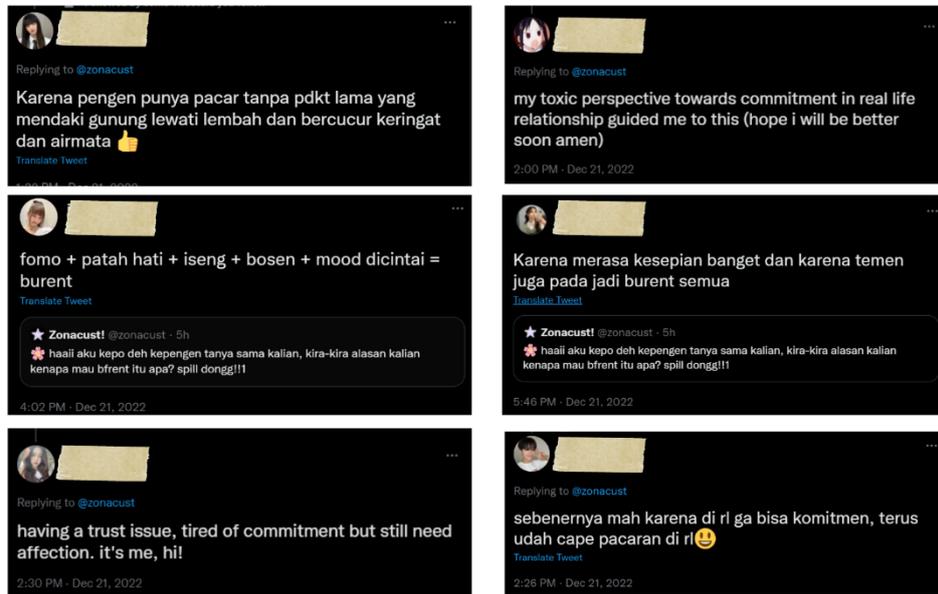
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Lalu cara mereka melakukan promosi dan mencari *client* yaitu pertama mereka akan membuat sebuah card yang berisi perkenalan diri, regulasi, *pricelist*, form dan *contact person*. Untuk kontak yang dihubungi biasanya adalah seorang manager atau kontak agensi yang nantinya bisa dihubungi untuk memberikan *form* dan pembayaran. Selanjutnya mereka akan melakukan *selfprom* pada *tweet* yang sesuai dengan kriteria mereka dengan mencantumkan *card* dan *contact person*. Jika *client* tertarik dengan *talent* tersebut, maka *client* bisa langsung menghubungi kontak yang sudah diberikan dan mengisi form yang diberikan oleh manajer. Setelahnya manajer akan menghubungi *talent* untuk melihat apakah *talent* tersebut bisa melakukan yang diinginkan *client*. Jika dirasa menyanggupi, langsung melakukan pembayaran dan tinggal menunggu waktu yang ditentukan untuk sesi.



Gambar 1. 7 Alur booking talent

Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

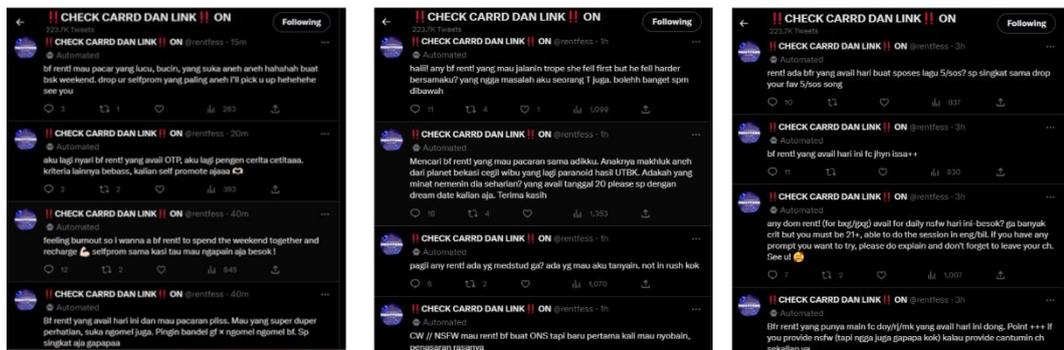


Gambar1. 9 Alasan penyewa jasa melakukan boyfriend rental virtual

Sumber: Dokumen pribadi, 2023

Tidak hanya penyedia jasa, penyewa jasa rental *boyfriend* virtual di Twitter memiliki berbagai alasan menggunakan jasa tersebut. Salah satunya ada yang merasa FOMO yang memiliki kepanjangan dari *Fear of Missing Out* yang berarti ada rasa takut atau merasa tertinggal karena tidak mengikuti suatu kegiatan tertentu. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu terjadi karena adanya rasa takut jika merasa tertinggal dari orang lain atau sekitarnya (E. Anggraeni, 2021). Lalu ada juga yang merasa kesepian dan membutuhkan afeksi dari lawan jenis dan mereka tidak mau berpacaran karena memiliki *trust issue*, tidak mau melakukan komitmen, atau sudah malas untuk sekedar berpacaran di *real life*. Ketika mereka melakukan sesi ada sebuah permasalahan yang berproses yaitu seperti mereka melakukan konflik untuk mengetahui bagaimana cara memecahkan masalah dengan pasangan sampai dengan berbaikan. Hal ini dilakukan untuk mencari kesenangan dalam bentuk afeksi.

Ching & Azeharie (2021) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ching & Azeharie (2021) melakukan pengungkapan diri remaja laki-laki feminin memiliki kesimpulan ketika mereka melakukan pengungkapan diri yang artinya mereka menerima kekurangan serta mengenal dirinya sendiri. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Swarnawati (2021) tentang *self-disclosure* diadik antara mahasiswa dan dosen pembimbing yang memiliki hasil bahwa mereka memang melakukan pengungkapan diri, tetapi hanya sekitar akademik dan tidak terlalu dalam.



Gambar1. 10 Menfess *client* mencari jasa rental boyfriend

Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Pada *base rental boyfriend*, banyak sekali pengguna jasa yang mencari jasa ini. Tidak hanya itu dengan melihat dari rentang waktu mengirim menfess sangat dekat yang artinya rental *boyfriend* ini memiliki *demand* yang tinggi. Hal ini membuat peneliti berpikir bahwa dengan membaca *alternative universe* tidak cukup memenuhi fantasi dan keinginan oleh pengguna jasa, sehingga membuat mereka berekspresi melalui jasa rental *boyfriend* virtual. Lalu rental *boyfriend* virtual semakin lama semakin berkembang dan akhirnya memicu adanya *self-disclosure* secara virtual yang dilakukan saat sesi berlangsung. Peneliti ingin mengambil topik tersebut karena ingin melihat dari sisi *self-disclosure* bersama penyedia jasa saat sesi bersamanya.

1.2 Rumusan Masalah

Pada awalnya orang-orang melakukan kencan secara *offline*, tetapi sekarang bisa dilakukan *online* melalui media sosial. Hal tersebut membuat peneliti ingin melihat sebuah proses bagaimana penyewa jasa melakukan keterbukaannya dirinya saat menjalankan sesi bersama *boyfriend* virtual. Fenomena tersebut akhirnya terjadi *self-disclosure* atau keterbukaan diri seorang penyedia atau penyewa jasa.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang akan diteliti adalah Bagaimana proses *self-disclosure* yang dilakukan penyedia dan pengguna jasa rental *boyfriend* virtual pada media sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui *self-disclosure* penyedia dan pengguna jasa rental *boyfriend* virtual pada saat sesi berlangsung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Untuk kegunaan akademis, peneliti berharap mendapatkan informasi yang lebih mendalam serta proses berlangsung *self-disclosure* pada penyedia dan penyewa jasa *boyfriend* virtual. Lalu Peneliti juga berharap dengan melakukan penelitian ini, bisa menjadi referensi kepada peneliti-peneliti lainnya yang akan menggunakan konsep serupa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Pada kegunaan praktis, peneliti berharap dapat memberikan manfaat tentang bagaimana mereka melakukan hubungan virtual melalui media sosial. Pastinya juga memberikan manfaat kepada masyarakat apa saja yang harus diperhatikan ketika melakukan *self-disclosure*.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini sulitnya mencari pengguna jasa *boyfriend* rental virtual dikarenakan masih banyak pengguna yang menutup diri pada kehidupan nyatanya bahwa dirinya menggunakan jasa tersebut. Lalu kesulitan dalam mencari topik tersebut dikarenakan masih hangat dan belum ada penelitian lain yang meneliti tentang rental *boyfriend* virtual.

