

Konstruksi Hiperrealitas Pembaca Muslim pada Utas Boys Love *Alternative Universe* di Twitter (X)

Halimatus Sa'diyah¹, Ahmad Hayyan Najikh²

¹ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq, Jember, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia

*E-mail: halimahsadiyah445@gmail.com

Keywords

Alternative Universe; Boys Love; Fans; Hyperreality; Twitter (X)

Abstract

This study aims to understand how Muslim readers, particularly female adolescents, experience hyperreality through the Alternative Universe (AU) Boys Love (BL) thread on Twitter (X) featuring public figures Joong and Dunk. Using a qualitative approach and netnographic methods, data was collected through digital observation and in-depth interviews. The results show that readers are able to interpret the AU narrative selectively and reflectively, making it a space for entertainment and creative exploration without neglecting religious values. Social media has been shown to shape emotional engagement and online communities, creating complex personal realities that sometimes conflict with cultural or religious norms.

Kata Kunci

Alternative Unvers; Boys Love; Hiperrealitas; Penggemar Muslim; Twitter (X)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pembaca Muslim, khususnya remaja perempuan, mengalami hiperrealitas melalui utas Alternative Universe (AU) Boys Love (BL) di Twitter (X) yang menampilkan figur publik Joong dan Dunk. Dengan pendekatan kualitatif dan metode netnografi, data dikumpulkan melalui observasi digital dan wawancara mendalam. Hasilnya menunjukkan bahwa pembaca mampu menafsirkan narasi AU secara selektif dan reflektif, menjadikannya ruang hiburan dan eksplorasi kreatif tanpa mengabaikan nilai-nilai religius. Media sosial terbukti membentuk keterlibatan emosional dan komunitas daring, menciptakan realitas personal yang kompleks dan kadang bertentangan dengan norma budaya atau agama.

Pendahuluan

Di era globalisasi yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi berjalan sangat pesat dan membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, serta mengakses informasi. Kemajuan ini membuat masyarakat kini lebih mudah terhubung tanpa batas ruang dan waktu. Tidak hanya melalui media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar, masyarakat kini lebih banyak mengandalkan internet untuk mendapatkan berbagai informasi.

Media sosial menjadi salah satu produk utama dari kemajuan teknologi tersebut. Platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter (X) telah mengubah cara individu dalam memperoleh informasi sekaligus memengaruhi opini publik.

Informasi dapat tersebar hanya dalam hitungan detik dan mampu memicu percakapan atau gerakan sosial berskala luas. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan tantangan, seperti maraknya penyebaran berita palsu (hoaks) dan meningkatnya polarisasi di masyarakat.

Definisi media sosial telah dibahas dalam berbagai literatur dengan sudut pandang yang beragam, sebagai berikut:

1. Shirky (2008) menjelaskan bahwa media sosial dan perangkat lunak sosial menjadi alat yang memperkuat potensi kolaborasi, pertukaran informasi, serta aksi kolektif di luar batas struktur formal seperti institusi atau organisasi.¹
2. Boyd (2009) menggambarkan media sosial sebagai perangkat lunak yang memungkinkan individu dan kelompok untuk bertemu, berinteraksi, berbagi, dan bahkan menciptakan atau memodifikasi konten. Konten ini tidak berasal dari lembaga penerbit seperti biro iklan, melainkan dari pengguna itu sendiri.²
3. Van Dijk (2013) melihat media sosial sebagai platform multimedia yang menitikberatkan pada keterlibatan pengguna dalam aktivitas dan kerja sama, sehingga dapat dianggap sebagai ruang jaringan yang memfasilitasi terbentuknya hubungan sosial antar pengguna.³
4. Meike dan Young (2012) mendefinisikan media sosial sebagai perpaduan antara komunikasi personal (berbagi dari individu ke individu) dan media publik yang dapat diakses secara luas tanpa mengungkapkan identitas pribadi dari penggunanya.⁴

Indonesia sendiri termasuk negara dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi. Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari 2024, terdapat sekitar 139 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia atau sekitar 49,9% dari total populasi. Dominasi penggunaan datang dari kelompok usia produktif, yakni 25 hingga 34 tahun. Fakta ini menunjukkan betapa besarnya antusiasme masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan media sosial untuk berbagai keperluan.⁵



Gambar 1. Hasil Survey di DataIndonesia.id

Dari sekian banyak platform yang tersedia, Twitter (sekarang dikenal sebagai X) menjadi salah satu yang paling populer. Data menunjukkan bahwa

¹ Kartini, dkk, *Teori dalam Penelitian Media*, Jurnal Edukasi Nonformal, VOL.3 NO.2 (2020), 137.

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Medika, 2016), 13.

³ Kartini, 137.

⁴ Ibid.

⁵ Indira Lintang, "10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024" diakses pada 29 September 2024 <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>

sekitar 57,5% pengguna internet Indonesia usia 16–64 tahun aktif menggunakan Twitter. Platform ini dimanfaatkan tidak hanya untuk memperoleh informasi, tetapi juga untuk berdiskusi, membangun jaringan, hingga mengekspresikan kreativitas melalui fitur utas atau *thread*.⁶

Salah satu fenomena menarik di Twitter adalah munculnya utas cerita fiksi *Alternative Universe* (AU). AU merupakan bentuk cerita *fanfiction* di mana tokoh yang digunakan biasanya diambil dari figur publik asli, tetapi ditempatkan dalam konteks, karakter, dan alur cerita yang sepenuhnya berbeda. Popularitas AU terus meningkat, menjadikannya salah satu hiburan digital favorit yang memikat banyak pembaca.⁷

Genre *alternative universe* kerap mengangkat tema *Boys Love* (BL), yakni cerita yang menonjolkan hubungan romantis antar laki-laki. Genre ini awalnya populer di Jepang pada era 1970-an sebagai bentuk resistensi terhadap dominasi budaya patriarki, lalu berkembang ke berbagai negara Asia seperti Korea, Tiongkok, dan Thailand. Kini genre BL juga diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda.⁸

Belakangan ini, Thailand menjadi salah satu negara dengan industri hiburan BL yang sangat berkembang. Popularitas aktor Joong Archen dan Dunk Natachai melalui serial BL *Star In My Mind* membuat mereka sering dijadikan tokoh utama dalam berbagai cerita AU yang diunggah penggemar di Twitter. Fenomena ini menunjukkan betapa aktifnya komunitas penggemar dalam memproduksi maupun mengonsumsi narasi kreatif yang memadukan dunia nyata dengan imajinasi.

Akan tetapi, meningkatnya tren membaca dan membuat konten BL, termasuk AU, memunculkan kekhawatiran tersendiri di masyarakat Indonesia yang mayoritas memegang teguh ajaran agama Islam. Hal ini disebabkan konten BL dianggap menormalisasi hubungan sesama jenis yang secara tegas dilarang dalam Islam. Fenomena ini memicu diskursus sosial tentang bagaimana generasi muda menegosiasikan nilai agama dengan kecenderungan budaya populer global.

Dalam perspektif teori postmodern yang dibawa Jean Baudrillard, fenomena ini dapat dipahami melalui konsep hiperrealitas. Hiperrealitas menggambarkan kondisi di mana batas antara realitas dan simulasi menjadi kabur. Dalam konteks cerita AU BL, pembaca sering kali terbawa ke dalam dunia narasi sehingga hubungan fiksi terasa lebih “nyata” dan bermakna daripada realitas sebenarnya. Media sosial, khususnya Twitter, memperkuat keterlibatan emosional ini melalui interaksi langsung antar pengguna.⁹

Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas mengaburkan batas antara nyata dan imajinasi, menciptakan citra yang tampak asli padahal telah direkayasa.

⁶ Ibid.

⁷ Maimun, E. K., & Rochmani, T. N. “Pengaruh Fiksi Penggemar: *Alternative Universe* (AU) Dalam Meningkatkan Minat Baca Remaja Indonesia (Studi Kasus Pembaca *Alternative Universe* pada Fandom *Treasure Makers*)” *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol. 9, No.1, (2022): 38-55. <http://dx.doi.org/10.15408/dialektika.v9i1.25282>

⁸ Putri Andam Dewi. “Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia” *Jurnal Lingua Cultural*, 6, no. 2, (2012), 173.

⁹ Tara Resya Ayu, “*Pengertian Postmodern & Contoh Tokohnya: Lyotard hingga Baudrillard*”, September 2021, diakses 20 Februari 2025 <https://tirta.id/pengertian-postmodern-contoh-tokohnya-lyotard-hingga-baudrillard-gjDq>

Tayangan yang terus-menerus disuguhkan membuat publik menganggapnya sebagai kenyataan, sehingga bahasa dan simbol dalam komunikasi massa seolah merepresentasikan realitas, padahal hal tersebut hanyalah sebuah realitas yang dikonstruksi.¹⁰

Meski demikian, tidak berarti para pembaca khususnya Muslim selalu menerima nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran agama. Banyak dari mereka yang memaknai AU BL hanya sebagai hiburan atau ruang kreatif, tanpa menginternalisasi secara ideologis. Hal ini menunjukkan bahwa identitas religius tidak sepenuhnya menghambat partisipasi dalam budaya fandom, melainkan memengaruhi cara mereka memilih, memahami, dan menikmati konten dengan selektif dan reflektif.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik menggali lebih dalam bagaimana hiperrealitas terbentuk pada pembaca Muslim yang mengikuti utas AU BL tentang Joong dan Dunk di Twitter. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana pembaca mengonsumsi narasi fiksi, tetapi juga bagaimana media sosial membentuk ruang diskusi dan komunitas yang menegosiasikan antara hiburan, identitas, serta nilai agama yang mereka anut.

Fenomena tersebut menjadi sangat relevan diteliti karena dapat memperlihatkan dinamika sosial di tengah arus globalisasi budaya populer yang sering kali bertabrakan dengan norma lokal. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang lebih utuh tentang bagaimana teknologi digital, budaya fandom, dan nilai religius berinteraksi membentuk cara pandang generasi muda Muslim di Indonesia terhadap dunia nyata maupun dunia fiksi yang mereka konsumsi.¹¹

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pola interaksi penggemar muslim dalam utas *Alternative Universe Boys Love* di Twitter (X) mendukung budaya partisipasi dan membentuk hiperrealitas pembaca, dan (2) mengetahui fitur-fitur media sosial Twitter (X) seperti algoritma, thread, dan interaksi komunitas yang mendukung terbentuknya persepsi pembaca terhadap narasi dan karakter dalam *Alternative Universe Boys Love*?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian netnografi atau *etnografi networking*. Netnografi dimanfaatkan untuk meneliti dan menggali pemahaman tentang kehidupan pengguna internet secara khusus di ranah virtual. Karena itulah, peneliti memilih pendekatan netnografi, sebab metode ini tepat digunakan untuk menelaah budaya serta interaksi sosial yang tercermin dalam jejak digital, baik berupa teks, video, foto, audio, narasi, maupun bentuk lainnya.¹² Sesuai untuk menggali fenomena sosial-budaya dalam lingkungan digital, khususnya dalam komunitas daring yang berinteraksi melalui Twitter (X).

¹⁰ Theguh Saumantri, Abdu Zikrillah, "Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa", Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol 11 No.2, 2020.

¹¹ Azwar, Muhammad, *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas*, 2014, 40.

¹² Eriyanto. *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021).

Netnografi memungkinkan peneliti memahami pola interaksi, dinamika komunitas, serta bagaimana pengguna memaknai narasi *Alternative Universe* (AU) *Boys Love* (BL) dalam konteks media sosial secara mendalam dan naturalistik.¹³

Penelitian ini dilakukan pada platform media sosial Twitter (X) dengan fokus pada utas AU *boys love* yang menggunakan figur Joong dan Dunk. Lokasi virtual ini dianggap relevan karena Twitter merupakan ruang yang paling aktif digunakan oleh komunitas penggemar untuk membagikan dan berdiskusi tentang cerita AU, sekaligus memperlihatkan bagaimana fitur seperti *thread*, algoritma, dan balasan memfasilitasi keterlibatan pengguna. Dengan demikian, Twitter menjadi laboratorium sosial digital yang kaya untuk diamati.

Subjek dalam penelitian ini adalah para pembaca Muslim yang aktif membaca utas AU *boys love* bertema Joong dan Dunk di Twitter (X). Pemilihan subjek menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu peneliti terlebih dahulu menghubungi beberapa sampel yang dimulai dari sejumlah kecil informan, lalu berkembang melalui rekomendasi mereka terhadap orang-orang lain yang sesuai kriteria.¹⁴ Sehingga memudahkan peneliti menjangkau komunitas yang relatif tertutup atau sulit diakses secara langsung. Teknik ini juga dipilih agar peneliti dapat mengungkap pengalaman yang lebih otentik dan beragam.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Pertama, observasi digital terhadap aktivitas di Twitter, mencakup pembacaan utas AU, melihat pola *retweet*, *likes*, *reply*, dan diskusi antar pengguna. Kedua, dokumentasi berupa pengarsipan utas AU, tangkapan layar interaksi, serta catatan narasi yang relevan. Ketiga, wawancara mendalam dengan informan terpilih yang dilakukan melalui *direct message* (DM) di Twitter, untuk menggali lebih jauh pengalaman, pemaknaan, dan bagaimana mereka menegosiasikan cerita AU BL dengan nilai agama yang dianut.

Observasi dalam penelitian perlu terkait dengan situasi sosial yang diteliti. Situasi sosial ini setidaknya memuat tiga unsur pokok, yakni lokasi berlangsungnya kegiatan, individu atau kelompok yang terlibat, serta cara aktivitas kelompok tersebut terjadi di tempat observasi. Berdasarkan hal itu, peneliti memerlukan metode observasi untuk melihat langsung subjek penelitian dan berusaha menangkap berbagai fenomena yang muncul di lapangan.¹⁵

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi penting dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara, yang dianggap relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar pola, tema, dan relasi antarkonsep dapat terlihat dengan jelas.

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan sekaligus melakukan verifikasi terhadap data yang telah diolah, agar dapat ditemukan makna yang valid dan sesuai tujuan penelitian. Peneliti terus melakukan pengecekan ulang data dengan cara member *checking*, yakni mengonfirmasi hasil interpretasi peneliti kepada informan

¹³ Ibid.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), hlm 219.

¹⁵ Subadi, Cipto. "Metode Penelitian Kualitatif", (Surakarta: Muhammadiyah University, 2016), 65.

untuk memastikan pemahaman peneliti tidak meleset dari pengalaman asli subjek. Teknik ini penting dalam menjaga kredibilitas penelitian.

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti juga menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari observasi digital, dokumentasi, serta wawancara, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data, sehingga dapat saling melengkapi dan menguatkan temuan. Ini menjadikan hasil penelitian lebih dapat dipercaya (*trustworthy*).

Keseluruhan tahapan penelitian ini dilakukan secara bertahap mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga tahap akhir penyusunan laporan. Prosesnya fleksibel dan menyesuaikan dinamika lapangan digital, karena dalam netnografi peneliti tidak hanya sebagai pengamat pasif, tetapi juga terlibat dalam interaksi untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam terhadap fenomena hiperrealitas pembaca Muslim pada utas AU *boys love* di Twitter.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memulai pembahasan temuan dengan menggambarkan bagaimana awal mula kemunculan pasangan aktor Joong Archen dan Dunk Natachai sebagai couple buatan agensi dalam series Thailand. Serial *Star In My Mind* yang tayang pada 2022 menjadi titik debut keduanya, memicu lahirnya fandom JoongDunk. Popularitas mereka di Indonesia tidak terlepas dari daya tarik genre *Boys Love* (BL) serta penyebarannya melalui platform media sosial Twitter (X) yang memfasilitasi penggemar untuk membicarakan dan memproduksi narasi alternatif.

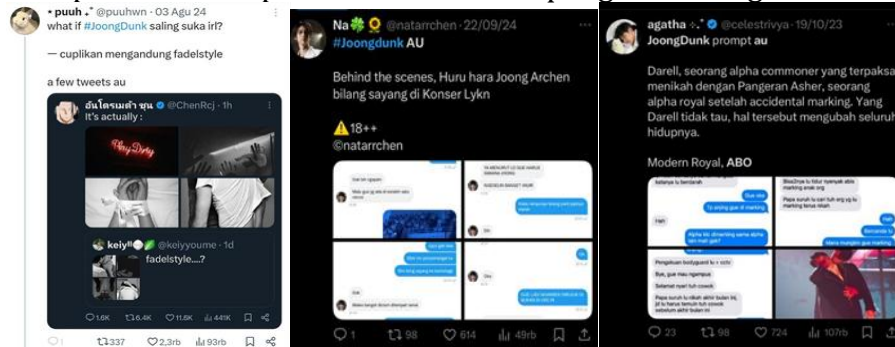
Dalam konteks penyajian data, peneliti menemukan bahwa *thread* atau utas AU yang menampilkan JoongDunk di Twitter (X) mendapat respons yang masif. Banyaknya *likes*, *retweet*, hingga komentar menjadi indikator tingginya keterlibatan audiens. Peneliti mencontohkan beberapa postingan populer seperti AU bertema “*Modern Royal-ABO*” dan “*Become Partners*” yang masing-masing meraih ratusan hingga ribuan interaksi. Fenomena ini menunjukkan tingginya minat sekaligus keterikatan emosional pembaca terhadap cerita fiksi tersebut.

Hasil observasi peneliti pada akun-akun tertentu memperlihatkan bahwa hashtag #JoongDunk dimanfaatkan secara strategis untuk memperluas jangkauan pembaca. Hal ini memperlihatkan bagaimana algoritma Twitter dioptimalkan oleh penulis AU maupun pembaca untuk memastikan narasi mereka menemukan audiens yang tepat. Selain itu, fitur *voting* di utas membuat pembaca merasa dilibatkan dalam penentuan alur cerita, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan terhadap cerita.

Melalui wawancara mendalam, peneliti menemukan penggemar mulai mengalami apa yang disebut hiperrealitas, yakni batas antara realitas dan fiksi menjadi kabur. Beberapa penggemar mengaku lebih antusias mengikuti perkembangan “Joong dan Dunk” versi AU dibandingkan kehidupan nyata mereka. Namun demikian, para pembaca Muslim tetap memiliki kesadaran selektif dengan menempatkan batasan nilai sesuai keyakinan agama, sehingga mereka tidak serta-merta mengafirmasi seluruh isi cerita.

Dalam sub bab pembahasan tentang hiperrealitas berdasarkan teori Jean Baudrillard, peneliti menjelaskan bagaimana simulasi terjadi dalam tiga tingkat.

Pertama, pembaca menerima AU sebagai hiburan murni. Kedua, pembaca mulai merasakan emosional attachment yang mendalam. Ketiga, pembaca dalam beberapa kasus menilai narasi AU lebih memuaskan dibanding realitas, meskipun tetap sadar bahwa cerita tersebut adalah konstruksi fiksi. Inilah yang menjadi bukti bagaimana hiperrealitas dapat terbentuk dalam pengalaman digital.



Gambar 2. Utas *Alternative Universe Boys Love* tingkat 1, 2 dan 3.

Selanjutnya, berdasarkan teori media sosial Van Dijk, Twitter (X) tidak hanya berperan sebagai medium penyampai pesan, tetapi juga menjadi arena pembentukan dunia sosial baru. Interaksi antara penulis AU dengan pembaca, *voting*, *retweet*, serta *reply* membentuk sebuah ekosistem digital yang memungkinkan terciptanya makna-makna baru yang lahir dari diskursus kolektif. Media sosial memfasilitasi praktik konvergensi di mana pembaca tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga ikut memproduksi dan menegosiasikan makna.

Fenomena ini semakin diperkuat dengan bukti dokumentasi yang ditampilkan peneliti. Screenshot tweet, komentar penggemar, hingga balasan-balasan yang memicu diskusi menunjukkan betapa aktifnya pengguna dalam merespons cerita AU. Bahkan beberapa penggemar membawa nilai agama dan isu kemanusiaan dalam keseharian digital mereka, seperti tetap membicarakan Palestina di sela menikmati AU, memperlihatkan bahwa identitas religius tetap hadir di tengah konsumsi budaya populer.

Dalam pembahasan berikutnya, peneliti juga menyinggung bagaimana AU menjadi ekosistem emosional yang kolektif. Pembaca merasakan pengalaman membaca AU tidak hanya sebagai kegiatan individual, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas. Mereka berbagi reaksi, saling memberi rekomendasi cerita, bahkan membantu mempromosikan karya penulis AU favorit. Praktik ini mempererat rasa kebersamaan sekaligus memperkaya pengalaman konsumsi cerita fiksi.

Selanjutnya, pembahasan temuan menyoroti bagaimana identitas sosial penggemar terbentuk di ruang digital. Pengalaman membaca AU, memberi komentar, hingga ikut *voting* menjadikan mereka bagian dari fandom JoongDunk. Identitas sebagai “penggemar AU JoongDunk” memberi mereka rasa keterhubungan dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, membangun rasa memiliki yang melintasi batas geografis dan sosial.

Pada bagian akhir pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa meskipun ada potensi AU BL menormalisasi hubungan sesama jenis, pembaca Muslim dalam penelitian ini menunjukkan sikap selektif. Mereka memaknai AU hanya sebagai hiburan kreatif, bukan sebagai penerimaan ideologis terhadap konten yang

bertentangan dengan nilai agama. Hal ini menunjukkan bagaimana nilai religius tetap menjadi filter penting dalam menikmati budaya populer.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bagaimana Twitter (X) melalui fitur-fitur partisipatifnya telah menciptakan ruang di mana simulasi dan realitas bercampur, memunculkan hiperrealitas dalam pengalaman pembaca AU JoongDunk. Namun di saat bersamaan, komunitas ini juga menjadi ruang sosial yang produktif, tempat terbentuknya identitas, emosi kolektif, hingga diskusi yang tetap diwarnai norma agama dan budaya yang dianut masing-masing individu.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat diambil beberapa kesimpulan terkait kajian atas fenomena ini. Sesuai dengan fokus penelitian, maka kesimpulan dari temuan peneliti akan dibahas kedalam dua pembahasan. Kesimpulan pertama berdasarkan Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard, peneliti menemukan fenomena pembaca utas *Alternative Universe* (AU) JoongDunk di Twitter menunjukkan bahwa mereka mengalami hiperrealitas dalam tiga tingkat simulasi. Pembaca mulai kehilangan batas antara realitas dan fiksi, tetapi tetap menyadari bahwa apa yang mereka baca adalah hasil konstruksi naratif yang dibentuk di media sosial. Meskipun bertema *Boys Love*, para pembaca Muslim memiliki kesadaran selektif terhadap narasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka, dengan menempatkan batasan tertentu sesuai nilai-nilai agama, dan tidak menganggap bahwa konsumsi AU ini berarti mengafirmasi seluruh isi ceritanya. Meskipun aktif mengikuti narasi AU bertema *Boys Love* (BL) seperti Joong dan Dunk, mereka cenderung memaknainya sebagai hiburan dan ruang eksplorasi kreatif, bukan sebagai penerimaan ideologis. Hal ini menunjukkan bagaimana identitas religius tidak serta-merta menghambat partisipasi dalam fandom, melainkan membentuk cara penggemar Muslim menyaring, menafsirkan, dan menikmati konten secara selektif dan reflektif.

Kesimpulan kedua berdasarkan Teori Media Sosial Van Dijk, media sosial Twitter/X menjadi medium utama dalam proses simulasi dan penyebaran hiperrealitas, di mana fitur partisipatif dan keterbukaan jaringan memungkinkan pembaca terlibat aktif dalam menciptakan dan menyebarkan realitas fiksi. Cerita AU berfungsi sebagai media refleksi diri dalam memahami cinta dan identitas, melintasi batas antara dunia fiksi dan realitas. Selain itu, AU juga tumbuh menjadi ekosistem emosional yang dinamis dan bersifat kolektif, serta menjadi bagian integral dari praktik budaya digital masa kini. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memperkuat keterlibatan emosional pengguna dan mendorong terbentuknya komunitas daring yang menjadi wadah berbagi makna antarpenggemar. Dalam komunitas penggemar JoongDunk, identitas sosial pembaca terbentuk melalui interaksi dan partisipasi sebagai bagian dari fandom, yang mempererat rasa keterhubungan serta menciptakan pengalaman kolektif dalam ruang sosial virtual yang dibangun bersama. Selain itu juga berperan sebagai ruang pembentukan realitas personal, yang dalam beberapa kasus dapat bersinggungan atau bertentangan dengan nilai-nilai budaya dan agama yang dianut.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena pembaca AU BL di Twitter membentuk sebuah hiperrealitas yang tidak hanya mempengaruhi

cara pembaca memaknai narasi, tetapi juga menata ulang hubungan mereka dengan nilai-nilai religius, identitas sosial, dan pengalaman emosional. Twitter menyediakan medium di mana batas antara fiksi dan realitas kabur, memfasilitasi pembentukan komunitas daring yang intens sekaligus menegaskan pentingnya kesadaran kritis bagi pembaca Muslim dalam menyeleksi nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip agama mereka.

Daftar Pustaka

- Azwar, Muhammad. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. 2014.
- Cahyono, A. F., & Handayani, G. M. (2024). Stereotip Generasi Z dalam Lirik Lagu For Revenge dengan Perspektif Pragmatik. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 7(1), 118-132.
- Dewi, P. A.. (2012), Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia, *Jurnal Lingua Cultural*.
- Eriyanto, (2021), Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Handayani, G. M. H. G. M., & Cahyono, A. F. (2025). An Analysis of Speaking Skill Assessment Activities in Contemporary English Language Teaching. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 4(1), 33-41.
- Handayani, G. M., & Cahyono, A. F. (2023). Speech Act Analysis on Abdullah Azwar Anas Presentation in Kick Andy TV Show. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 2(2), 166-177.
- Handayani, G. M., & Cahyono, A. F. (2024). Classroom Interaction: Teacher Talk and Students' Responses. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 3(1), 69-80.
- Indira Lintang, I. (2024). 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024. Diakses dari <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Kartini, dkk. Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, VOL.3 NO.2 (2020).
- Maimun, E. K., & Rochmani, T. N., (2022), Pengaruh Fiksi Penggemar: Alternative Universe (AU) Dalam Meningkatkan Minat Baca Remaja Indonesia (Studi Kasus Pembaca Alternative Universe pada Fandom Treasure Makers). *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. <http://dx.doi.org/10.15408/dialektika.v9i1.25282>
- Nasrullah, Rulli. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi. (Bandung: Simbiosis Rekatama Medika, 2016).
- Resya Ayu, T., (2021, September). Pengertian Postmodern & Contoh Tokohnya: Lyotard hingga Baudrillard [Halaman Web]. Diakses 20 Februari 2025 dari <https://tirto.id/pengertian-postmodern-contoh-tokohnya-lyotard-hingga-baudrillard-gjDq>
- Subadi, Cipto. Metode Penelitian Kualitatif. (Surakarta: Muhammadiyah University, 2016).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta CV, 2013).



Theguh Saumantri, Abdu Zikrillah. Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia
Komunikasi Media Massa. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol 11 No.2,
2020.