

FANATISME PENGGEMAR NADIN AMIZAH (ANALISIS ISI KONTEN PADA AKUN TIKTOK @CNADACC)

Ais Irbah¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Widya Mataram, KT III/237, Jalan Dalem Mangkubumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132

E-mail: irbahais@gmail.com¹

ARTICLE INFO:

Submitted:
8 February 2024
Revised:
20 March 2024
Accepted:
21 March 2024
Available Online:
31 March 2024

ABSTRACT:

Nadin Amizah is a singer and songwriter who started his career in 2016 and is still active today. Nadin is an active singer who has just released an album entitled "For the World, Love and Dirt" on October 13 2023. Nadin Amizah has many fans spread across various regions in Indonesia and even abroad. On social media, especially TikTok, lots of Nadin fans post about Nadin, either at concerts or anything related to Nadin Amizah. Due to this, researchers are interested in studying research related to the fanaticism of Nadin Amizah's fans on TikTok social media. This research is qualitative research with content analysis, to interpret an idea or content to find out its relationship to the study being researched. The data collection techniques include documentation and observation. The subject of this research is the TikTok account of one of Nadin Amizah's fans, namely @cnadacc. The research results show that there is internal involvement and external involvement. Demonstrated internal involvement is manifested through loyalty, emotional attraction, sacrifice of time and energy. Meanwhile, their external involvement is realized through interactions built on social media and their activities, being involved in general activities related to their idols.

Keywords: *Fanaticism, Nadin Amizah, Fans, TikTok*

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai banyak penyanyi yang setiap lagunya bertemakan "cinta". Dikutip dari Antara News, Spotify mencatat bahwa di Indonesia, terdapat lebih dari 2,2 juta playlist bertemakan cinta. Dan tidak bisa dipungkiri bahwa musik "mellow" sudah menjadi tradisi musik di Indonesia. Banyak sekali penyanyi-penyanyi dengan lagu "mellow", salah satunya adalah Nadin Amizah. Perempuan kelahiran Bandung ini merupakan penyanyi sekaligus pencipta lagu yang

meniti karirnya sejak tahun 2016. Lagu-lagu Nadin Amizah penuh makna, dan ini dapat menjadi salah satu alasan beberapa orang menggemari sosok Nadin Amizah yang tidak mau dipanggil Ibu Peri ini.

Nadin Amizah pertama kali tampil dan muncul di layar kaca pada tahun 2016, dalam acara Social Media Sensation. Kemudian berlanjut di tahun 2018, Nadin Amizah bergabung dengan label Sorai, dan mengeluarkan single pertama yang berjudul Rumpang. Setelah itu, lahirlah single keduanya dengan judul Sorai. Single kedua Nadin Amizah itu mendapatkan antusiasme luar biasa dari penggemar. Video klip Sorai hingga kini mencapai 29 juta viewers. Untuk menjawab antusiasme penggemar Nadin Amizah, single-single Nadin Amizah kemudian dirilis di platform musik digital. Penggemar atau fans Nadin Amizah yang semakin banyak menjadi salah satu pendorong seorang Nadin Amizah menjadi lebih dikenal.

Seiring dengan kemajuan zaman, para penggemar mudah sekali mengakses informasi tentang Nadin Amizah dengan menggunakan media baru, yang salah satu di antaranya adalah media sosial. Para penggemar dapat merasakan sebuah kedekatan dengan idolanya ketika dihadapkan di platform digital seperti media sosial. Para penggemar bebas untuk mengikuti akun media sosial idolanya melihat postingan- postingan yang diunggah oleh idolanya seperti postingan di dunia entertain hingga keseharian idolanya. Para penggemar juga bebas berkomentar di postingan-postingan yang diunggah oleh idolanya, mengungkapkan rasa senang, kagum, dan lain sebagainya.

Dengan media sosial, penggemar Nadin Amizah dapat dengan mudah mengekspresikan suka dan kagum terhadap Nadin Amizah dengan melihat tayangan-tayangan tentang Nadin Amizah, berita tentang Nadin, foto-foto Nadin, atau bahkan mereka bisa juga membuat dan memposting konten tentang Nadin. Hal-hal tersebut dapat dipahami sebagai alat pemicu bagi mereka untuk semakin menyukai, semakin mencintai, dan semakin mengagumi Nadin sebagai idola mereka, yang secara tidak sadar dapat menimbulkan fanatisme.

Fanatisme dapat dipahami sebagai ekspresi lebih baik disadari ataupun tidak, yang menggambarkan kesukaan sekelompok manusia pada sesuatu yang dianggap sebagai hal terbaik bagi manusia itu sendiri (Naomi, 2020:6). Konsumsi media oleh penggemar merupakan salah satu

bentuk fanatisme. Sebenarnya tidak hanya mengonsumsi media saja, penggemar dapat juga melakukan aktivitas produksi sebagai bentuk lain dari pemenuhan kebutuhan emosional mereka sebagai penggemar. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai kepuasan dan mencari sebuah identitas (eksistensi) mereka sebagai penggemar. Contoh dari produksi yang dilakukan oleh penggemar adalah membuat konten-konten kreatif.

Munculnya aplikasi TikTok sebagai salah satu platform yang digemari oleh masyarakat yang hingga pada tahun 2018, TikTok dinobatkan menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh oleh masyarakat sebanyak 45.8 juta kali. Tentu jumlah tersebut ialah jumlah yang sangat amat fantastis sampai-sampai mengalahkan aplikasi-aplikasi yang lebih dulu ada dan populer seperti Instagram, Twitter, Facebook, maupun YouTube. Generasi milenial diduga menjadi generasi yang paling banyak menjadi pengguna TikTok dibandingkan generasi lainnya yang rata-rata usianya 17 ke atas (Mahardika, dkk., 2021: 41).

Namun, selain penghargaan bahwa aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak digemari pada tahun 2018, TikTok juga sempat mendapatkan pemblokiran dari pemerintah Indonesia, khususnya melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika di bulan Juli 2018. Pemblokiran tersebut disertai salah satu alasan, yakni karena adanya konten-konten negatif yang tidak wajar untuk ditayangkan di aplikasi TikTok. Konten-konten tersebut bahkan bertentangan dengan unsur-unsur dan nilai-nilai budaya masyarakat Indonesia.

Terlepas dari fenomena ataupun fakta terkait aplikasi TikTok, pada dasarnya media tersebut memiliki daya tarik tersendiri baik dari konten-kontennya maupun fitur yang ada. Di samping sebagai media hiburan, TikTok juga mampu sebagai media penyaluran atau sarana bagi fans untuk melakukan hal-hal yang berkaitan dengan eksistensi penggemar terhadap sosok yang digemari.

Media sosial dapat menjadi salah satu alat yang dapat memperlihatkan bagaimana bentuk fanatisme penggemar (Wishandy, dkk., 2019: 138). TikTok menjadi media sosial yang dipilih oleh peneliti karena aplikasi tersebut digemari oleh masyarakat. Berdasarkan data dari Hootsuite (We Are Social) ada sekitar 106,51 juta pengguna TikTok di Indonesia, pada bulan Oktober 2023. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia berada di urutan kedua di dunia dengan pengguna TikTok

terbanyak setelah Amerika Serikat (Annur, 2023). Aplikasi TikTok ini adalah aplikasi yang dapat memudahkan pengguna dalam membagikan video yang didalamnya terdapat fitur yang beragam. (Rahmana, dkk., 2022 : 407). TikTok juga menjadi salah satu media konsumsi penggemar, salah satunya penggemar Nadin Amizah untuk membagikan video-video seputar Nadin. Seperti akun @cnadacc yang memiliki pengikut sebanyak 24.8 ribu dan likes sebanyak 5.2 juta per Januari 2024. Akun @cnadacc banyak sekali mem-posting hal-hal yang berkaitan dengan Nadin Amizah.

Berdasarkan paparan penjelasan di atas, peneliti menemukan sesuatu untuk diteliti, yakni merujuk pada fenomena penggemar di media sosial TikTok, yang mana penggemar menggunakan media TikTok selain untuk aktivitas konsumsi, juga sebagai aktivitas produksi kreatif yang di dalamnya terdapat bentuk- bentuk fanatisme.

Penelitian dengan judul “Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram” yang ditulis oleh Natazha Putri Agnesia diambil dari sumber jurnal online Universitas Airlangga pada tahun 2019. Jurnal ini membahas mengenai fenomena fan war atau perang antar fans K-Pop dalam komentar di media sosial Instagram dari dua fandom besar yaitu ARMY (fandom BTS) dan EXO-L (fandom EXO), yang kemudian dikaitkan dengan perilaku fanatisme. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa fan war merupakan salah satu bentuk dari fanatisme, yang dilakukan melalui fake account dengan memberikan komentar sarkastis, menimbulkan perdebatan, menyebarkan gosip atau berita hoax. Perilaku-perilaku agresif tersebut didorong oleh kuatnya perilaku kelompok yang menjadi perilaku ekstrim fanatik.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah, penelitian tersebut membahas tentang bentuk atau wujud fanatisme di media sosial instagram pada fans K-Pop, dan penelitian ini juga akan membahas tentang bentuk fanatisme di media sosial. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini, peneliti tersebut fokus pada bentuk fanatisme yakni fenomena fan war atau perang antar fans, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus pada bentuk fanatisme yang dilihat melalui konten di media sosial.

Penelitian lain adalah penelitian oleh Rofifah Yumna, Alifah Sabila, dan Aisyah Fadhilah dengan judul jurnal “Aktivitas Fanatisme K-Pop di Media Sosial (Analisis Tekstual pada Akun Twitter @WingsForX1)” diambil dari sumber jurnal online Universitas Pembangunan Nasional

(UPN) Veteran Jawa Timur tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang aktivitas fans yang menunjukkan afeksi beserta tindakan ekstrim yang dilihat melalui akun twitter @WingsForX1 sebagai fandom One It. Tindakan-tindakan yang dilakukan meliputi proyek penggemar, proyek donasi, protes atau demo, hingga produksi video atau konten-konten. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bentuk fanatisme dapat dilihat melalui postingan-postingan pada akun @WingsForX1 yang membahas tentang fans project. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang bentuk fanatisme yang dapat dilihat melalui postingan-postingan di media sosial. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian adalah subjek penelitian dan media sosial yang digunakan untuk dianalisis.

Kegemaran seseorang membuat mereka dapat merasakan antusiasme terhadap objek yang mereka gemari. Adanya fanatisme membuat penggemar ingin melakukan sesuatu sebagai bentuk representasi kecintaannya pada sosok yang mereka gemari. Menurut Chaplin (dalam Kurniawan, 2019: 24), Fanatisme didefinisikan sebagai sebuah sikap semangat berlebihan pada satu segi pandangan atau satu sebab. Gunanto A.R (2015: 240) berpendapat bahwa fanatisme dapat pula dikatakan sebagai sebuah ketertarikan daripada seseorang pada sesuatu yang dianggap sebagai panutan hingga membuatnya tertarik lebih mendalam dan sulit untuk merubahnya. Menurut Thorne dan Burner (Putri dkk.; Pramesti DKW 2021: 12) ada empat bentuk fanatisme, antara lain

- Keterlibatan internal, yang mengacu pada aktivitas penggemar yang dihabiskan untuk mengekspresikan hal-hal yang menjadi ketertarikannya.
- Keterlibatan eksternal, dimana penggemar menunjukkan bahwa dirinya penggemar.
- Keinginan untuk memperoleh, yang merujuk pada hasrat penggemar untuk meraih sesuatu yang berkaitan dengan ketertarikannya.
- Interaksi sosial, melalui komunikasi yang terjalin secara langsung.

McCudden dalam Asfira dkk., (2019: 14) menyebutkan kegiatan utama yang menjadi aktivitas penggemar, antara lain; membuat makna atau istilahnya meaning making, berbagi makna atau meaning sharing, berburu atau poaching, mengumpulkan dan membangun pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis isi deskriptif kualitatif. Menurut Eriyanto dalam Aufa (2020: 5) analisis isi deskriptif yaitu penggambaran uraian sebuah pesan atau teks tertentu. Metode deskriptif ialah sebuah metode yang menganalisis sebuah data berupa kata-kata seperti dalam wawancara, catatan lapangan, video atau foto, dan dokumen. Hasil dari penelitiannya kemudian disajikan secara deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui dokumentasi dan observasi.

Dalam penelitian ini, yang menjadi unit analisisnya yakni video unggahan, caption, ataupun foto yang diunggah di akun TikTok salah satu penggemar Nadin Amizah yaitu @cnadacc. Akun @cnadacc sudah memiliki 24,8K pengikut, dan 5,3M suka per Januari 2024. Pemilik akun @cnadacc membuat satu daftar putar yang diberi judul cakecaine (username Instagram Nadin Amizah). Daftar putar tersebut memiliki 170 video tentang Nadin, dia membuat bagian bagian, dari Part 1 hingga Part 170 itu berisikan hanya tentang Nadin Amizah, di luar daftar putar tersebut berupa video pemilik akun. Mengapa memilih akun tersebut, karena akun ini dianggap sebagai akun penggemar Nadin Amizah yang paling aktif, dan paling banyak mem posting tentang hal-hal yang berkaitan dengan Nadin Amizah jika dibandingkan dengan akun TikTok @messestothecake yang mana adalah Nadin Amizah official fanbase yang hanya memiliki enam konten di TikTok dengan pengikut sebanyak 779, dan 537 jumlah suka. Perbandingan lainnya yakni akun penggemar Nadin lainnya dengan username @rahasiabulann__ dengan pengikut sebanyak 14 ribu, dan konten sebanyak 64 video. Meski akun @cnadacc ini tidak dipisahkan dengan akun pribadi, tetapi kebanyakan akun ini mengunggah semua hal yang berkaitan dengan Nadin.

HASIL DAN DISKUSI

a. Profil TikTok @cnadacc



Gambar 1. Screenshot Profil Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://www.tiktok.com/cnadacc>)

Peneliti selain melalui pengamatan terhadap akun TikTok @cnadacc, juga melakukan wawancara melalui direct message Instagram yang kemudian dialihkan ke whatsapp. Awalnya, peneliti menemukan akun Instagram yang ditautkan dengan akun TikTok @cnadacc, selanjutnya peneliti menghubungi pemilik akun @cnadacc untuk melakukan wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber pada Senin, 15 Januari 2024. Dari hasil wawancara, pemilik akun @cnadacc sengaja menggunakan TikTok sebagai media untuk menunjukkan eksistensinya sebagai penggemar Nadin Amizah.

“Pertama kali itu aku memposting video Nadin Amizah menyanyikan lagunya yang berjudul Rumpang dan viewersnya pun sat itu masih sedikit, setelah itu aku mencoba posting video podcast, video kesehariannya yang random, foto-foto manggung dia yang pake dress-dress cantik dan lain lain, dari situ mulai rame dan sering fyp”. (Nada Rahmi (21), Wawancara, 15 Januari 2024)

Dia juga menjelaskan alasan memilih media TikTok yaitu berawal dari keisengan, dan baginya tidak ada alasan khusus, setelah ramai, baru dia mulai konsisten membuat konten random tentang Nadin Amizah.

Pemilik akun @cnadacc juga menceritakan bagaimana cerita awal menjadi penggemar Nadin, yakni sejak rilisnya lagu Nadin Amizah dengan judul Rumpang, karena merasa memiliki cerita yang sama, kemudian mengikuti Nadin dan mulai suka dengan hal-hal yang lain, mengagumi kecantikan Nadin Amizah yang katanya unreal dan suka dengan pemikiran Nadin. Baginya, Nadin Amizah adalah musisi cantik yang mempunyai kebebasan dalam mengekspresikan diri saat bernyanyi, sehingga membuatnya terlihat aesthetic. Satu hal yang membuatnya kagum adalah ketika Nadin berani dan tegas dalam menyampaikan sesuatu yang membuatnya tidak nyaman atau terganggu.

Kemudian untuk respon pemilik akun @cnadacc setiap ada lagu Nadin yang lahir, dia merasa sangat excited dan selalu menunggu update terbaru di postingan Instagram Nadin @cakecaine, yang terbaru yaitu album “Untuk Dunia, Cinta, dan Kotornya” dia merasa sangat senang menyambut anak baru Nadin.

Hampir semua konten-konten @cnadacc di TikTok selalu ramai. Viewers dan komentar komentarnya pun cukup banyak dan positif. Menurut pemilik akun, terkadang komentar-komentar tersebut dibalas semua olehnya karena perasaan senangnya. Sejauh membuat konten-konten tentang Nadin, pemilik akun @cnadacc menyebutkan bahwa yang dia lakukan untuk kesenangan pribadinya, dia tidak banyak berharap akan di notice oleh Nadin Amizah. Yang dia lakukan adalah bentuk eksistensinya sebagai penggemar Nadin Amizah.

Berikut adalah temuan penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mencari informasi dari

subjek penelitian yaitu akun TikTok @cnadacc sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah beberapa konten TikTok akun @cnadacc. Penelitian ini dibahas berdasarkan karakteristik fanatisme menurut Thorne dan Burner, yaitu keterlibatan internal dan keterlibatan eksternal. Keterlibatan internal merupakan bagian dari fanatisme yang terkait dengan perasaan, perilaku, dan pemikiran individu sendiri, sementara keterlibatan eksternal terkait dengan perilaku individu terhadap lingkungan dan komunitas di mana ia berada. Penulis menginterpretasi analisis konten dari akun @cnadacc sebagai akun penggemar Nadin Amizah dengan karakteristik fanatisme menurut Thorne dan Burner, yaitu keterlibatan internal dan keterlibatan eksternal.

b. Bentuk Fanatisme

Hasil temuan dari penelitian ini, peneliti membagi bentuk fanatisme yaitu keterlibatan internal dan keterlibatan eksternal untuk menganalisis konten-konten pada postingan TikTok akun @cnadacc.

Keterlibatan internal dan keterlibatan eksternal fans merujuk pada bentuk aktivitas atau kegiatan dan hubungan yang dimiliki fans dengan idola mereka. Keterlibatan Internal dapat terwujud melalui : loyalitas, dimana fans memiliki kasih yang kuat terhadap idola mereka. Kedua, ketertarikan emosional, dimana ada hubungan emosional yang kuat dengan idola mereka. Ketiga, pengorbanan waktu, ada waktu dan energi yang para fans ini korbakan untuk idol mereka. Sedangkan keterlibatan eksternal dapat terwujud melalui interaksi sosial, dimana ada interaksi yang dibangun melalui media sosial dan kegiatan mereka. Kedua, menginterpretasi teks media dalam berbagai macam cara yang menarik. Dan yang ketiga, fans atau penggemar terlibat dalam aktivitas umum yang berkaitan dengan idola mereka.

1) Keterlibatan Internal

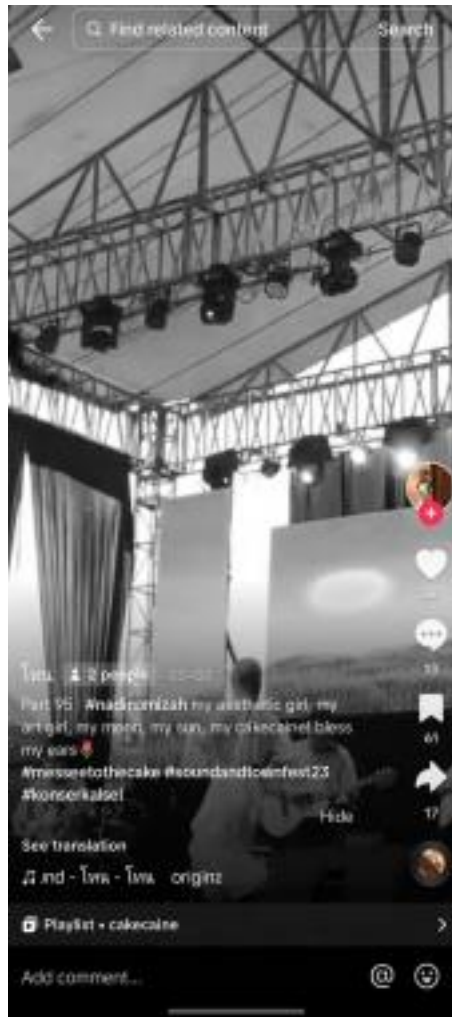


Gambar 2. . Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKk6SKy/>)

Peneliti melihat, bahwa postingan tersebut memiliki arti mendalam yang memuat keterlibatan internal di dalamnya. Dalam kutipan akun tersebut, ia menyampaikan bahwa ikut senang mendengar cerita Nadin Amizah. Dalam video yang diunggah, pemilik akun menyampaikan ungkapan senangnya karena lagu Nadin yang sudah lahir, yakni lagu dengan judul “Semua Aku Dirayakan”. Dapat disimpulkan bahwa ungkapan caption ini sebagai bentuk ungkapan ikut senang atas kesenangan Nadin Amizah. Hal tersebut masuk ke dalam bentuk fanatisme keterlibatan internal karena pemilik akun TikTok @cnadacc mengekspresikan rasa senangnya atas lagu nadin yang sudah lahir.

Bentuk keterlibatan internal fanatisme terlihat dari bagaimana fans menunjukan empati yang terlihat dari penggemar, contohnya adalah rasa senang atas pencapaian yang dicapai oleh

idolanya. Dan menciptakan sebuah lagu baru merupakan sebuah pencapaian. Dapat dilihat bahwa, kesenangan tersebut turut dirasakan oleh penggemar atas pencapaian idolanya, Nadin Amizah. Selain empati, bentuk dari keterlibatan internal fans ialah kesetiaan dan kecintaan penggemar yang diluapkan melalui dukungan melalui media sosial. Pada postingan di atas menunjukkan dukungan terhadap Nadin Amizah yang dapat kita lihat melalui captionnya.



Gambar 3. Screenshoot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKko8sv/>)

Postingan part 95 dengan caption *“my aesthetic girl, my art girl, my moon, my sun, my cakecaine! Bless my ears”*. Dari postingan tersebut, pemilik akun memiliki keterlibatan internal dengan mengunggah video Nadin Amizah saat menari-nari di sebuah konser, dengan filter black

and white. Peneliti melihat, postingan tersebut sebagai bentuk apresiasi terhadap Nadin Amizah, yang didukung dengan caption dengan kesan ingin memiliki idolanya.

Dengan caption *“my aesthetic girl, my art girl, my moon, my sun, my cakecaine! Bless my ears”* memicu perasaan keterlibatan internal yang lebih mendalam. Penggemar mungkin akan merasa terhubung secara emosional dengan ekspresi seni maupun gaya yang ditampilkan oleh Nadin Amizah saat konser atau seperti dalam video tersebut. Rasa ingin memiliki dapat mencerminkan keinginan untuk memiliki hubungan lebih dekat dengan sosok yang diidolakan tersebut. Dan hal-hal seperti ini merupakan respons yang umum yang dirasakan oleh penggemar ketika mereka merasa terpukau oleh pesona maupun bakat seseorang yang diidolakannya.



Gambar 4. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKBeJUe/>)

Postingan Part 142, merupakan hasil screenshot dari video klip Semua Aku Dirayakan – Nadin Amizah. Dengan caption *“nadin, terimakasih telah melahirkan karya yang sangat indah ini, bener bener nangis liat video klipnya sambil menghayati lirik demi lirik. ku harap semoga aku bisa segera bertemu dengan seseorang yang tepat, merasakan bentuk cinta yang sebenarnya dan saling merayakan semua bentuk cinta itu dengan indah...”*

Ungkapan penggemar sebagai bentuk kekagumannya atas karya Nadin Amizah dengan judul “Semua Aku Dirayakan”, dalam caption tersebut penggemar mengekspresikan perasaannya setelah mendengar karya Nadin, dan menceritakan beberapa harapannya sebagaimana makna lagu tersebut. Secara emosional, penggemar terbawa ke dalam video klip Nadin menghayati lirik demi lirik hingga menangis.

Penggemar dapat merasakan kekaguman terhadap karya yang telah diciptakan sang idolanya. Kekaguman dalam postingan di atas merupakan kekaguman pada pesan emosional, kreativitas, atau bakat artistik yang tercermin melalui karya "Semua Aku Dirayakan". Melalui ungkapan yang tertera pada caption, penggemar menyampaikan betapa kuat dampak emosional itu mereka rasakan, dan mungkin karya tersebut mencerminkan pengalaman hidup maupun nilai-nilai serupa yang dirasakan oleh penggemar. Melalui kekaguman, penggemar dapat menciptakan sebuah ruang untuk mengeksplorasi identitas pribadi mereka yang mungkin sedikit bersinggungan dengan pesan yang diangkat dalam lagu tersebut. Partisipasi penggemar yang turut aktif dalam menyebarkan karya tersebut, mengapresiasi, bahkan membuat konten terkait dengan karya tersebut mencerminkan keterlibatan internal penggemar terhadap sosok yang diidolakan.



Gambar 5. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNK3kHHq/>)

Postingan selanjutnya berisi screenshot ig story Nadin Amizah (@cakecaine) terkait kejadian tidak menyenangkan yang dialami Nadin Amizah saat menjalani konser. Dengan caption "*kepikiran bgt bgt bgt*", menunjukkan rasa empati yang ditunjukkan sebagai seorang penggemar ketika artis yang diidolakannya mengalami kejadian yang tidak menyenangkan. Rasa empati ini sebagai bagian dari keterlibatan internal yang menunjukkan fanatisme penggemar. Meski caption yang ada di dalam postingan tersebut mungkin tidak banyak, tetapi dapat dinilai sebagai respon emosional, bentuk empati, atas kejadian yang tidak wajar yang dialami oleh Nadin Amizah.



Gambar 6. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKTeugn/>)

Pada postingan tersebut pengguna akun @cnadacc menyampaikan ucapan selamat ulang tahun untuk Nadin Amizah dalam bentuk kompilasi foto-foto Nadin Amizah dengan caption *“sending lot of hug for @amizahadin panjang umur nadinnnn <3...”*. Ucapan ulang tahun melalui kompilasi video merupakan bentuk keterlibatan internal, atas kedekatan yang dirasakan oleh penggemar, penggemar mengingat kapan ulang tahun idolanya dan menyampaikan ucapan selamat, mencurahkan waktunya untuk membuat konten-konten seperti postingan tersebut dan tidak lupa juga men tag akun TikTok Nadin Amizah.

Keterlibatan internal yang mencirikan fanatisme pada akun @cnadacc dalam postingan ulang tahun untuk Nadin Amizah menciptakan ikatan yang kuat antara pengguna dan tokoh tersebut. Melalui bahasa, ekspresi emosi, interaksi, elemen visual, dan upaya pesan positif, pengguna menyampaikan rasa kagum dan cinta mereka secara intens. Fenomena ini menciptakan

komunitas pengikut yang terlibat secara emosional dan aktif, membentuk lingkungan online yang penuh dengan antusiasme dan dukungan terhadap Nadin Amizah.

2) Keterlibatan Eksternal



Gambar 7. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKBeXHH/>)

Postingan Part 8 berisi video Nadin Amizah untuk mengajak orang-orang menyaksikan konsernya di konser Gunung Senandung Semesta Kalimantan Selatan dengan caption “*gemeca bgt, c u my cakecaine!...*”

Peneliti memahami bahwa menonton konser merupakan salah satu keterlibatan eksternal yang dilakukan oleh penggemar. Dari video yang diunggah tersebut, penggemar menyatakan sampai jumpa yang merujuk pada konser Nadin Amizah. Keterlibatan eksternal lainnya dapat dilihat saat ada komentar dalam video tersebut, yakni sebagai berikut:

♥@renjana :jatim kapan ya?

@ໂທນ:pantau trs jadwal panggung setiap bulannya di ig nadin bep 🌸

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggemar tahu jadwal konser karena memantau langsung dari instagram Nadin Amizah.

Pamflet konser merupakan media promosi di mana di dalamnya ada informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan konser seperti waktu, lokasi, maupun informasi lain. Seseorang secara aktif dapat dinyatakan terlibat aktif dalam berkontribusi untuk mempromosikan atau mendukung sebuah konser. Itu mengapa mengunggah pamflet konser merupakan wujud keterlibatan eksternal sebagai seorang penggemar. Penggemar dapat dinyatakan memberikan kontribusi positif dalam rangka menyebarkan informasi ke publik atau masyarakat luas. Hal tersebut dapat menggaet penggemar-penggemar yang tertarik untuk menonton konser Nadin Amizah. Selain sebagai upaya promosi, pamflet juga dapat menciptakan *buzz* di media sosial, menimbulkan pertanyaan atau pembicaraan, seperti komentar yang dilontarkan oleh seseorang dalam postingan di atas.



Gambar 8. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKBxqda/>)

Dalam postingan tersebut, pemilik akun @cnadacc mengikuti tren Nadin Amizah “Semua Aku Dirayakan”, tetapi dengan harapan dia kalau suatu hari nanti dia akan dirayakan, dalam teks yang tertera dalam video. Tren “Semua Aku Dirayakan” adalah tren yang memperlihatkan bagaimana seseorang dirayakan, entah merayakan diri sendiri, ataupun orang lain. Dengan mengikuti tren tersebut, ada bentuk keterlibatan eksternal yang signifikan dalam dunia digital dan sosial. Partisipasi aktif penggemar ini menciptakan ikatan antara penggemar dan idolanya.

Sebagaimana yang sudah disinggung bahwa tren “Semua Aku Dirayakan” ini sebagai bentuk perayaan, baik diri sendiri maupun orang lain. Selain itu, tren ini dapat menciptakan ruang bagi para penggemar maupun orang-orang untuk mengekspresikan kreativitas mereka karena

respon dari tren ini diwujudkan ke dalam konten kreatif. Melalui konten kreatif tersebut, penggemar memberikan dukungan terhadap Nadin Amizah, mereka berkontribusi juga dalam menyebarkan konten tren, dan memperkuat keberadaannya di platform digital.

Pengikut tren “Semua Aku Dirayakan” juga sering menggunakan tagar, seperti #SemuaAkuDirayakan, sebagaimana postingan akun @cnadacc di atas. Hal tersebut tentu dapat menciptakan menghasilkan interaksi daring dan meramaikan konten yang dibagikan.



Gambar 9. Screenshoot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKT8Ygc/>)

Postingan di atas merupakan salah satu bentuk keterlibatan eksternal dengan mengunggah pamlet konser Nadin Amizah. Hal tersebut merupakan bagian dari interaksi sosial dan komunikasi yang terjadi dalam upaya kontribusi untuk menyebarkan informasi dan promosi konser atau acara khusus lainnya melalui media. Dari video tersebut, tercipta ruang diskusi pada kolom komentar terkait acara tersebut. Berikut adalah beberapa komentarnya :

@Lee mineral:manusia2 estetik disatuin hwuaaaaaaaaa

@adipatipulpen:tiket murah tapi sayang jauh diluar pulau

@astridd:jauh bgt di Kalimantan 🥲

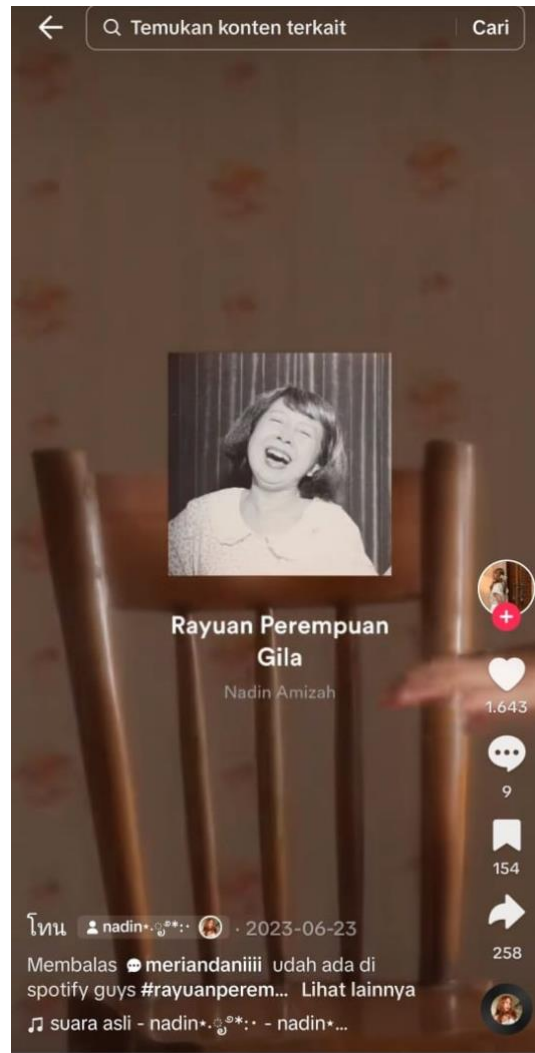


Gambar 10. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKBr6e8/>)

Menonton konser menjadi salah satu keterlibatan eksternal fans terhadap artis yang digemarinya. Dalam postingan di atas, pengguna akun @cnadaacc mengunggah video konser Nadin Amizah duet dengan Feby Putri dengan caption “done, paketan tergemecc”.

Membagikan video konser Nadin seperti dalam postingan di atas dianggap sebagai bentuk keterlibatan eksternal yang kuat, karena hal tersebut dapat memperluas jangkauan dan berkontribusi dalam menyebarkan musik Nadin Amizah ke publik. Penggemar dapat memperkenalkan penampilan Nadin saat konser kepada orang-orang yang mungkin belum pernah menonton konser Nadin Amizah, memberikan kesempatan pada penggemar lain untuk dapat merasakan experience seperti yang dibagikan dalam video tersebut.

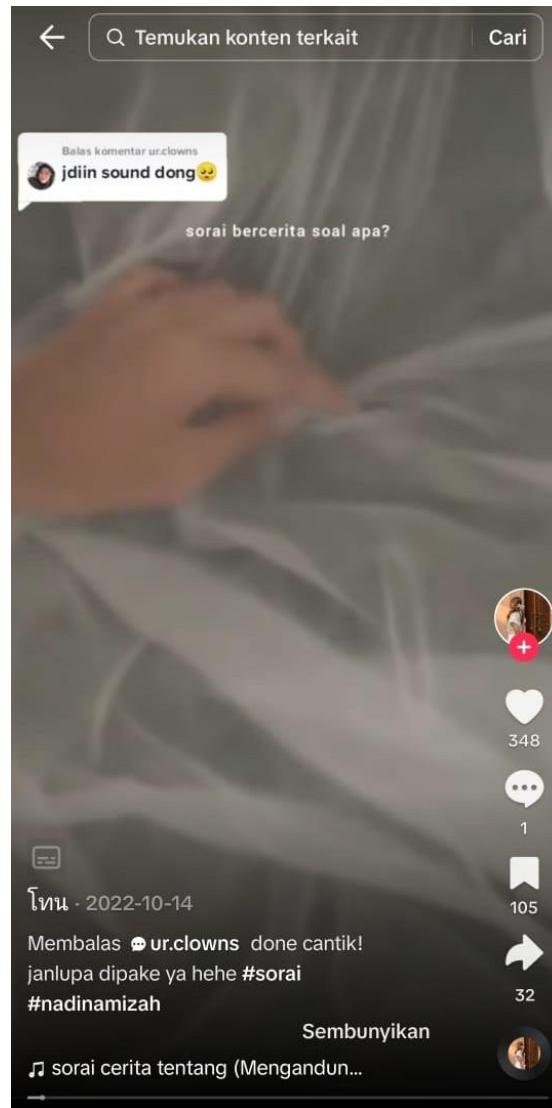
Membagikan video konser Nadin Amizah juga dapat menciptakan interaksi antar penggemar di kolom komentar, seperti postingan akun @cnadacc di atas, video yang dibagikan merupakan balasan atau respon atas komentar penggemar Nadin Amizah yang lain, dengan penyertaan caption "done, paketan tergemecc". Komentar-komentar lain juga ditemukan dalam video unggahan akun @cnadaacc lainnya. Dari postingan- postingan itu, interaksi antar penggemar terbangun, mereka saling berbagi pendapat, kesan, maupun momen favorit dari penampilan Nadin Amizah saat konser.



Gambar 11. Screenshot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNKTeEFV/>)

Postingan di atas berisi tentang lagu Nadin Amizah yang saat itu baru lahir yakni lagu dengan judul Rayuan Perempuan Gila, dengan caption postingan "udah ada di spotify guys". Postingan di atas menyampaikan kepada penggemar Nadin Amizah yang lain bahwa lagu Nadin yang baru lahir sudah ada di platform spotify. Kabar ini menjadi bagian dari keterlibatan eksternal, karena penggemar tidak hanya memberikan informasi praktis tetapi berkontribusi dalam memperluas jangkauan kepada publik atas ketersediaan lagu Rayuan Perempuan Gila yang sudah

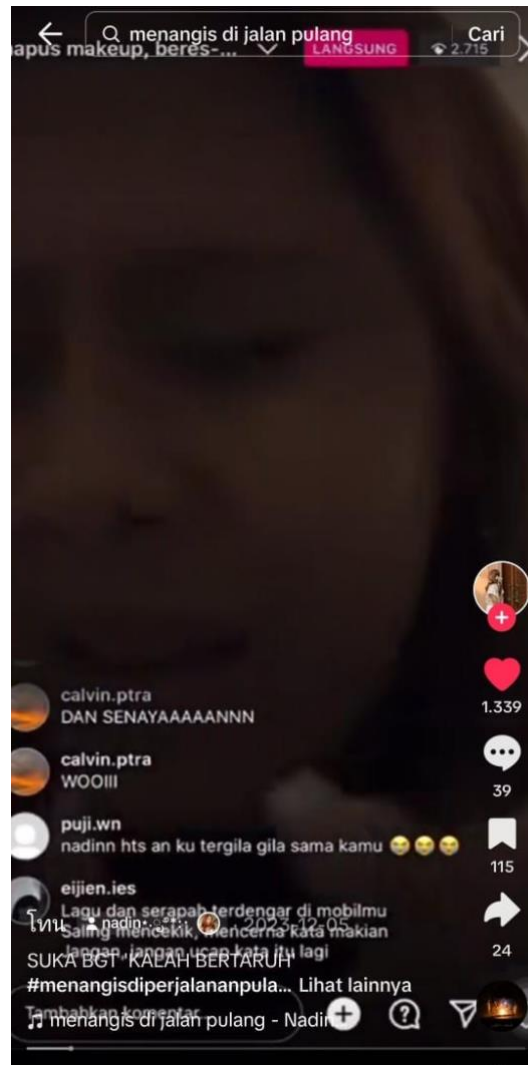
ada di spotify. Penggunaan tagar #rayuanperempuanguila #nadinamizah #spotify juga turut membantu memperluas jangkauan video.



Gambar 12. Screenshoot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNEbV5X8/>)

Postingan di atas merupakan bentuk respon dari komentar seseorang yang meminta agar video Nadin dapat dijadikan sound di TikTok. Video itu berisi tentang penjelasan Nadin terkait lagu Sorai, ketika diwawancarai dalam sebuah podcast, bercerita tentang apa lagu Sorai itu. Disertai dengan *caption "done ya cantik, janlupa dipake ya hehe"*.

Hal tersebut masuk ke dalam bentuk *fanatisme* yang mana keterlibatan secara eksternal, dimana pengguna akun membuat sound potongan penjelasan Nadin Amizah tentang lagu Sorai, menceritakan apa lagu ini, yang sangat relate dengan kehidupan. Dengan membuat sound tersebut, penggemar lain dapat menggunakan sound tersebut untuk membuat konten lainnya. Hal itu juga dapat menciptakan interaksi antar satu penggemar dengan penggemar lain.



Gambar 13. Screenshoot Postingan Akun TikTok @cnadacc (Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNK3CSB5/>)

Postingan di atas merupakan *screecrecord live* instagram Nadin Amizah, saat menyanyikan lagu Kalah Bertaut. Unggahan video live Nadin Amizah yang sengaja dibagikan ke media TikTok tersebut menciptakan sebuah dinamika partisipasi yang melibatkan penggemar secara langsung.

Menonton live Instagram Nadin Amizah merupakan bentuk keterlibatan secara eksternal yang menciptakan pengalaman waktu nyata yang memungkinkan penggemar merasakan kedekatan langsung dengan Nadin Amizah, dan keterlibatan eksternal pun termanifestasi dalam momen khusus tersebut. Selama live Instagram, memungkinkan bagi penggemar atau pengguna akun @cnadacc untuk memberikan komentar atau emoji yang mencerminkan reaksi pada Nadin Amizah selama siaran live berlangsung. Meski interaksinya tidak terjadi secara langsung, tetapi di dalam siaran live tersebut penggemar dapat merespons secara emosional terhadap apa-apa saja yang disampaikan oleh Nadin Amizah.

Keterlibatan eksternal berlanjut ketika pengguna akun @cnadacc membagikan momen siaran live Nadin Amizah di akun TikTok miliknya. Tindakan tersebut tentu menciptakan pengalaman berbagi dengan penggemar lainnya di platform TikTok, memperluas jangkauan konten tersebut, hal itu terlihat melalui *like* dan *comment* yang ada dalam video tersebut. Membagikan video tersebut menjadi wujud kontribusi dan bentuk partisipasi aktif penggemar Nadin Amizah di media sosial untuk mengapresiasinya. Melalui konten ini pula dapat tercipta interaksi antar penggemar yaitu melalui komentar, *like*, atau berbagi ulang. Hal ini menciptakan ikatan antara penggemar Nadin Amizah yang dapat saling mendukung dan berbagi kekaguman mereka terhadap idola mereka. Terakhir, membagikan video tersebut dapat mengenalkan Nadin Amizah ke audiens yang lebih luas, sebenarnya tidak dalam konteks video ini saja, konten-konten yang diunggah oleh akun @cnadacc pun dapat mengenalkan Nadin Amizah kepada audiens yang lebih luas di *platform* TikTok khususnya. Keterlibatan eksternal seperti inilah dapat membangun kesempatan untuk mendukung promosi positif terhadap Nadin Amizah.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, *Fanatisme Penggemar Nadin Amizah (Analisis Isi Konten pada Akun TikTok @cnadacc)*, peneliti dapat memberikan kesimpulan, terdapat bentuk *fanatisme* yang dilakukan oleh penggemar Nadin Amizah, melalui konten-konten yang dibagikan di akun TikTok @cnadacc dalam konteks keterlibatan internal dan keterlibatan eksternal. Contoh keterlibatan internal yang ditemukan pada konten yakni seperti sikap empati atau rasa senang atas karya Nadin Amizah, kesan ingin memiliki idolanya, ungkapan kekaguman, dan respon emosional lainnya. Sedangkan bentuk keterlibatan eksternalnya adalah promosi konser Nadin, mengikuti tren “Semua Aku Dirayakan”, membagikan video konser, promosi lagu-lagu Nadin, unggahan live Instagram Nadin, dan lain sebagainya. Bentuk fanatisme yang ada pada konten-konten TikTok @cnadacc bersifat positif dan dapat memberikan kontribusi untuk Nadin Amizah dalam memperluas jangkauan di internet.

Meskipun telah ditemukan bentuk-bentuk *fanatisme* yang ada pada postingan akun TikTok @cnadacc, tetapi *fanatisme* tersebut masih dalam bentuk *fanatisme* yang wajar, karena tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain, bahkan memiliki dampak positif di dalamnya. Dapat disimpulkan pula bahwa penggemar tersebut tidak fanatik, sebagaimana definisi *fanatik* yang cenderung bersikeras terhadap ide atau pikiran mereka tentang anggapan bahwa kelompok mereka adalah yang paling benar dan mengabaikan segala hal yang bertentangan dengan ide atau anggapan mereka (Hidayatullah dkk., 2019).

REFERENSI

Andini A.G. 2023. Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok Al.Makna. Skripsi. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Annur, C. M. (2023). Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Ashfira R.R & Dewi S. I. 2019. Fanatisme Penggemar KPOP dalam Bermedia Sosial di Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 8, No. 2, Desember 2019.
- Aufa N.A.E. 2020. Analisis Isi Pesan Dakwah Aspek ibadah pada program Aku Suka Edisi Ramadhan 1441 H di Kanal Youtube Adi Hidayat Official. Tesis. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Azeharie S.S. 2018. Studi Budaya Dalam Komunitas Fans Nike Ardilla di Jakarta (Fanatisme Penggemar Nike Ardilla). Jurnal Koneksi EISSN 2598 – 0785 Vol. 2, No. 2, Desember 2018
- Daftar Lagu Favorit Pendengar Indonesia Saat Valentine. (2023, Oktober 15) Diakses pada Maret 20, 2024 dari antaranews.com : <https://www.antaranews.com/berita/3396759/daftar-lagu-favorit-pendengar-indonesia-saat-valentine>
- Denis Kumara W.P. 2021. Fantisme dan Eksistensi Fans Afgan. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Gunanto A.R. 2015. Representasi Fanatisme Supporter dalam Film Romeo dan Juliet. Jurnal Visi Komunikasi Volume 14, No.02 Halaman 239-254
- Hidayatullah M.S, dkk. 2019. Hubungan Fanatisme pada Anime dengan Sense of Community pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin. Jurnal Kognisia, Volume 2 Nomor 1, Februari 2019.
- Kurniawan A. 2020. Pengaruh Fanatisme dan Kontrol Diri terhadap Agresi Verbal pada Pendukung Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 di Kota Malang. Skripsi. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

- Mahardika S.V dkk. 2021. Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post- Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. Jurnal Sosearch Volume 2 No.1 Halaman 40-53
- Noviani A. 2023. Fanatisme Penggemar K-Pop (Studi Atas Perilaku Konsumtif pada NCTzen di Kota Bogor). Skripsi. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Profil Nadin Amizah, Penyanyi Rayuan Perempuan Gila. (2023, September 21) Diakses pada Maret 20, 2024 dari orami.co : <https://www.orami.co.id/magazine/nadin-amizah>
- Putri K. A dkk. 2019. Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. Jurnal NUSA, Vol. 14 No. 1 Februari 2019
- Putri R. Dkk. 2021. Analisis Isi Konten Edukasi Funfact pada Akun TikTok @buiramira. Jurnal Ilmu Komunikasi Unwira. Vol 3 No.1 <https://journal.unwira.ac.id/index.php/VERBAVITAE/article/view/1856>
- tribunnews. 2020. Nadin Amizah. <https://www.tribunnewswiki.com/2020/02/24/nadin-amizah> . Diakses pada 18 Januari 2024 pukul 22.18
- Wijaya H.A. 2022. Analisis Fanatisme Penonton Live Streaming Game di Kanal Youtube Windah Basudara. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Wishandy dkk. 2019. Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON). Jurnal Koneksi, Vol. 3, No 1, Juli 2019.
- Yumna R. Dkk. 2020. Aktivitas Fanatisme Kpop Di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @Wingsforx1). Jurnal Syntax Idea, Vol. 2, No. 5 Mei 2020