



Budaya Fanbase Dan Hiperrealitas Komunikasi Politik Di Tiktok

Telaah Figur Bahlil Lahadalia

Mira Natalia Pellu¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang, Jl. Puspitek, Buaran,
Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15310, Indonesia
Email: dosen03303@unpam.ac.id

Info Artikel

Dikirimkan:
10-05-2026
Diterima:
28-06-2026
Diterbitkan:
10-07-2026

DOI:

<https://doi.org/10.21009/COMM.036.07>



**Vol 14 (No.1),
2026**

Halaman 103-116

ABSTRAK

Introduction: The rapid development of TikTok as a visual- and algorithm-driven platform has transformed patterns of political communication on social media. Political figures are no longer primarily presented through policy or formal argumentation but through visual representations that build emotional proximity with digital audiences. Previous studies have focused more on political personal branding and popular fanbase culture, while research on political fanbases as producers of hyperreality on TikTok remains limited. Objective: This study aims to analyze the production of political hyperreality regarding Bahlil Lahadalia through TikTok fanbase culture. Method: This research employs a qualitative approach with a digital netnography design on two TikTok accounts, @Kingbahlillahadalia and @kandabahlil.update. Data were collected through digital observation of videos, captions, music, hashtags, visual edits, and audience interactions from January to April 2026. Results: The findings show that Bahlil is represented as a digital persona that is humorous, inspirational, youth-oriented, and authoritative rather than a formal policy actor. Fanbase culture and TikTok algorithms intensify emotional engagement, turning political communication into a visual-affective experience. Conclusion: TikTok fanbases construct political hyperreality through visual production mediated by algorithms and participatory digital culture.

Keywords: *Bahlil Lahadalia; Fanbase Culture; Hyperreality*

ABSTRAK

Pendahuluan: Perkembangan TikTok sebagai platform berbasis visual dan algoritma telah mengubah pola komunikasi politik di media sosial. Figur politik tidak lagi hadir terutama melalui kebijakan atau argumentasi formal, tetapi melalui representasi visual yang membangun kedekatan emosional dengan audiens digital. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas personal branding politik dan budaya fanbase populer, sementara kajian mengenai fanbase politik sebagai produsen hiperrealitas di TikTok masih terbatas. Tujuan: Penelitian ini bertujuan menganalisis produksi hiperrealitas politik terhadap figur Bahlil Lahadalia melalui budaya fanbase di TikTok. Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain netnografi digital pada dua akun TikTok, yaitu @Kingbahlillahadalia dan @kandabahlil.update. Data diperoleh melalui observasi video, caption, musik, hashtag, visual, dan interaksi audiens selama Januari–April 2026. Hasil: Temuan menunjukkan bahwa figur Bahlil direpresentasikan sebagai persona

digital yang humoris, inspiratif, dekat dengan generasi muda, dan berwibawa dibanding aktor kebijakan formal. Budaya fanbase dan algoritma TikTok memperkuat keterlibatan emosional sehingga komunikasi politik menjadi pengalaman visual-afektif. Kesimpulan: Fanbase TikTok membentuk hiperrealitas politik melalui produksi visual yang dimediasi algoritma dan budaya partisipatif.

Kata kunci: Bahlil Lahadalia; Budaya Fanbase; Hiperrealitas

PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini adalah perkembangan teknologi komunikasi digital yang telah mengubah cara masyarakat mengakses, memproduksi, dan menyebarkan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Hibatullah dan Nanda (2024) menjelaskan bahwa media digital merupakan bentuk komunikasi yang mengandalkan koneksi internet sebagai sarana utama dalam mengakses dan mendistribusikan informasi. Kehadiran media digital tidak hanya memperluas akses informasi, tetapi juga membuka ruang partisipasi yang memungkinkan masyarakat memproduksi dan menyebarkan pesan secara mandiri. Perkembangan ini turut mengubah pola komunikasi antara pejabat publik dan masyarakat. Menurut Puspitaningrum, Laura, dan Irwansyah (2020), media digital memungkinkan komunikasi berlangsung lebih terbuka, interaktif, dan langsung tanpa bergantung sepenuhnya pada media konvensional. Kondisi tersebut menjadikan platform digital sebagai ruang strategis bagi aktor publik untuk membangun keterlibatan dengan audiens yang lebih luas. Perubahan ini juga terlihat dalam praktik komunikasi politik.

Aktivitas politik yang sebelumnya banyak bergantung pada media arus utama kini bergerak ke berbagai platform digital yang memungkinkan interaksi berlangsung lebih cepat dan partisipatif. Abdul Rahman HI (2025) menjelaskan bahwa komunikasi politik di era digital semakin dipengaruhi oleh infrastruktur media digital dan mediasi algoritmik yang menentukan sirkulasi informasi di ruang publik. Dalam kondisi tersebut, politik semakin dipahami melalui representasi yang beredar di media digital, sehingga pengalaman publik sering kali dibentuk oleh konstruksi media dibanding keterlibatan langsung dengan proses politik. Perubahan ini terlihat jelas pada TikTok sebagai platform berbasis video pendek yang didukung sistem rekomendasi algoritmik. Boeker dan Urman (2022) menjelaskan bahwa personalisasi algoritmik TikTok berperan dalam membentuk preferensi pengguna melalui penyajian konten yang disesuaikan dengan pola interaksi mereka, sehingga informasi politik dapat menjangkau audiens secara cepat dan luas. Sementara itu, Baumann dkk. (2025) menunjukkan bahwa mekanisme amplifikasi algoritmik dapat memperkuat penyebaran konten yang memperoleh tingkat keterlibatan tinggi. Kondisi tersebut menjadikan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi politik digital yang memungkinkan figur politik,

komunitas pendukung, maupun pengguna biasa membangun dan menyebarkan representasi politik kepada khalayak yang lebih luas.

Perkembangan penggunaan TikTok dalam komunikasi politik turut mendorong munculnya budaya fanbase digital di sekitar publik figur. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa penggemar tidak lagi dipahami sebagai kelompok yang pasif, melainkan komunitas partisipatif yang aktif memproduksi, menyebarkan, dan memaknai ulang berbagai bentuk konten. Dalam konteks politik, pengguna media sosial tidak sekadar mengikuti figur politik, tetapi juga terlibat dalam membangun narasi, memperkuat citra, dan menyebarkan konten yang mendukung figur tersebut. Aktivitas ini semakin diperkuat oleh karakteristik TikTok yang memungkinkan konten diproduksi ulang, diedit, dan didistribusikan secara cepat kepada audiens yang lebih luas. Budaya fanbase digital juga mendorong munculnya fenomena selebritisasi politik. Abidin (2021) menjelaskan bahwa internet celebrity berkembang melalui reproduksi visibilitas dan kedekatan simbolik yang berlangsung secara terus-menerus di media digital. Dalam kondisi tersebut, figur politik tidak hanya dikenal melalui aktivitas politik formal, tetapi juga melalui persona digital yang dibangun dan diperkuat oleh komunitas pendukung di media sosial. TikTok menjadi ruang yang memungkinkan proses tersebut berlangsung secara intensif melalui reproduksi konten, interaksi pengguna, dan logika algoritmik platform.

Reproduksi konten yang dilakukan secara terus-menerus oleh komunitas pendukung di media sosial tidak hanya memperkuat visibilitas figur politik, tetapi juga membentuk cara publik memahami figur tersebut. Dalam kondisi tertentu, representasi yang beredar di ruang digital dapat menjadi lebih dominan dibanding realitas politik yang direpresentasikan. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep hiperrealitas yang dikemukakan Baudrillard (1994). Hiperrealitas merupakan kondisi ketika simulasi dan reproduksi tanda berkembang hingga terasa lebih nyata dibanding realitas yang direpresentasikannya. Dalam masyarakat kontemporer, citra tidak lagi sekadar mencerminkan realitas, tetapi membentuk realitas baru yang dikonsumsi sebagai kebenaran. Melalui reproduksi konten yang berlangsung secara terus-menerus, publik semakin banyak berinteraksi dengan representasi dibanding realitas itu sendiri. Dalam konteks media digital, kondisi tersebut terlihat melalui penggunaan visual, simbol, narasi, dan performa digital yang terus beredar hingga membentuk persepsi tertentu terhadap figur publik.

Dominannya representasi digital tersebut tidak dapat dilepaskan dari logika *attention economy* yang menjadikan perhatian sebagai sumber daya utama dalam ekosistem media digital. Davenport dan Beck (2001) menjelaskan bahwa dalam era kelimpahan informasi, perhatian menjadi komoditas yang bernilai karena tidak semua informasi mampu memperoleh fokus audiens. Akibatnya, berbagai konten dirancang untuk menarik perhatian melalui musik viral, *subtitle* dramatik, *cinematic editing*, *Point of view* (POV), maupun *emotional storytelling*. Dalam komunikasi politik digital, strategi tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga memperkuat reproduksi citra yang membentuk persepsi publik terhadap figur politik. Dengan demikian, hiperrealitas politik di media sosial tidak hanya dibentuk oleh reproduksi representasi, tetapi juga oleh mekanisme platform yang mendorong penyebaran konten-konten yang paling mampu menarik perhatian audiens.

Kondisi tersebut tampak pada representasi figur Bahlil Lahadalia di TikTok. Sebagai Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral sekaligus Ketua Umum Partai Golkar, Bahlil tidak hanya hadir sebagai pejabat publik, tetapi juga sebagai figur yang direproduksi secara aktif dalam ruang digital. Berbagai konten yang beredar tidak hanya menampilkan aktivitas politik formal, tetapi juga membangun citra dirinya sebagai sosok yang humoris, inspiratif, religius, dekat dengan masyarakat, dan akrab dengan generasi muda. Produksi representasi tersebut terlihat melalui aktivitas akun fanbase seperti King Bahlil dan Kanda Bahlil Update yang secara aktif mengemas ulang berbagai potongan video menggunakan *cinematic editing*, *subtitle*, musik viral, dan *emotional storytelling*. Akibatnya, publik semakin banyak berinteraksi dengan representasi digital figur Bahlil dibanding realitas politik yang melatarbelakanginya. Kondisi ini menunjukkan bagaimana budaya fanbase dan logika platform digital berperan dalam membentuk cara publik memahami figur politik di era media sosial.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi ruang penting dalam pembentukan identitas digital dan konstruksi realitas media. Putri dkk. (2024) menunjukkan bahwa budaya FYP membentuk eksistensi diri melalui validasi sosial dan visualisasi digital. Cahyaningrum dan Purnamasari (2024) menjelaskan bahwa editing audiovisual, filter, dan narasi viral membuat realitas simbolik di TikTok terasa lebih dominan dibanding realitas asli. Kamaruddin (2024), Febrianda (2025), dan Anggraeni (2025) juga memperlihatkan bahwa TikTok mendorong komodifikasi identitas, emosi,

dan gaya hidup melalui budaya platform digital. Penelitian lain dari Zeng dkk. (2021) menunjukkan bahwa algoritma TikTok mampu memperkuat affective publics melalui amplifikasi konten berbasis emosi dan viralitas platform, sedangkan Miao dkk. (2024) menjelaskan bahwa politik afektif berkembang melalui hubungan antara algoritma, visibilitas digital, dan keterlibatan pengguna.

Tinjauan literatur tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah banyak dikaji sebagai ruang pembentukan identitas digital, budaya FYP, dan politik afektif. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada influencer, content creator, personal branding politik, atau fandom budaya populer seperti K-Pop dan selebritas digital. Analisis kesenjangan menunjukkan bahwa kajian yang secara khusus menempatkan budaya fanbase sebagai aktor yang memproduksi dan mereproduksi representasi politik di TikTok masih terbatas. Padahal komunitas pendukung tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai produsen makna dan citra politik. Berdasarkan hal tersebut, alasan penelitian ini adalah untuk mengisi kekosongan kajian mengenai peran aktif fanbase dalam produksi representasi politik yang berbasis algoritma, visual, dan afeksi digital. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana budaya fanbase TikTok memproduksi hiperrealitas politik terhadap figur Bahlil Lahadalia melalui praktik representasi digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dan desain netnografi digital. Paradigma konstruktivis dipilih karena penelitian berupaya memahami bagaimana representasi dan makna politik dibangun melalui interaksi pengguna di media digital. Fokus penelitian diarahkan pada budaya fanbase politik di TikTok yang menunjukkan perubahan komunikasi politik di era platform digital, ketika figur politik tidak hanya hadir sebagai representasi institusi formal, tetapi juga sebagai persona digital yang dibentuk melalui praktik partisipatif komunitas daring. Netnografi digunakan karena memungkinkan peneliti memahami budaya, interaksi, dan praktik komunikasi yang berkembang dalam komunitas digital (Kozinets, 2015).

Objek penelitian ini adalah dua akun fanbase TikTok, yaitu @kingbahlillahadalia dan @kandabahlil.update. Data penelitian berupa video, *caption*, *subtitle*, musik, hashtag, elemen visual, serta interaksi pengguna pada kolom komentar. Sumber data berasal dari

70 konten yang diunggah selama Januari–April 2026. Pemilihan data dilakukan menggunakan purposive sampling dengan kriteria menempatkan Bahlil Lahadalia sebagai pusat narasi, memiliki engagement tinggi, menggunakan elemen khas TikTok, serta memunculkan respons afektif audiens. Kriteria tersebut digunakan untuk memastikan data yang dianalisis relevan dengan fokus penelitian mengenai produksi hiperrealitas politik melalui budaya fanbase di TikTok.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dengan mendokumentasikan konten, mengamati elemen visual, membaca caption dan subtitle, serta menelusuri interaksi audiens pada kedua akun. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu immersion untuk memahami konteks budaya digital, kategorisasi terhadap bentuk representasi dan interaksi audiens, serta interpretasi teoretik menggunakan konsep hiperrealitas Jean Baudrillard, budaya partisipatif Henry Jenkins, dan *internet celebrity* Crystal Abidin. Secara etis, penelitian ini menggunakan data yang bersifat publik dan tidak menampilkan identitas personal pengguna di luar akun yang telah terbuka pada platform TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa kedua akun fanbase TikTok tidak menampilkan Bahlil Lahadalia terutama sebagai aktor kebijakan, melainkan sebagai figur digital yang diproduksi ulang agar mudah dirasakan, disukai, dan diidolakan oleh audiens media sosial. Pusat perhatian dalam konten bukan berada pada penjelasan kebijakan maupun argumentasi politik formal, tetapi pada cara figur tersebut dihadirkan melalui ekspresi spontan, potongan dialog singkat, musik viral, *subtitle* dramatik, dan editing audiovisual khas TikTok. Salah satu unggahan akun *King Bahlil* pada 23 April 2026 menggunakan *caption* “KANDAAAAA! DINDAAAAA! #bahlil #bahlillahadalia” dengan sound *remix*/JJ Roblox bernuansa playful yang sedang populer di TikTok. Konten tersebut memperoleh 6,1 juta views, 471,5 ribu likes, 8.343 komentar, dan 114,5 ribu shares. Video menampilkan ekspresi spontan Bahlil dengan potongan editing cepat, zoom in, serta ritme audio yang mengikuti pola tren *FYP* TikTok sehingga figur politik tampil seperti tokoh hiburan digital yang dekat dengan budaya anak muda. Pada akun Kanda Bahlil Update, unggahan tanggal 10 Januari 2026 menggunakan *caption* “Tidak perlu

sempurna. Cukup jadi baik, cerdas, dan bersyukur” disertai hashtag #KandaBahlil #Golkar #HMI #HIPMI #PrabowoGibran dan menggunakan versi TikTok lagu “*Nothing To Do All The Time*”. Konten tersebut memperoleh 190,5 ribu *views*, 12,4 ribu *likes*, 208 komentar, dan 7.790 *shares*. Video lebih menonjolkan narasi motivasi melalui potongan visual santai, *subtitle* reflektif, dan musik emosional yang memperkuat kesan inspiratif terhadap figur Bahlil. Kedua unggahan tersebut memperlihatkan bahwa konten politik di TikTok lebih banyak dibangun melalui impresi media, kedekatan simbolik, dan pengalaman afektif dibanding penyampaian informasi politik formal.

Tabel 1. Pemetaan Tema dan Representasi

Tema Konten	Bentuk Representasi Figur	Karakter Konten <i>Fansbase</i>	Bentuk Hiperrealitas
Humor politik dan hiburan digital	Figur cair, lucu, <i>relatable</i>	JJ TikTok, meme, ekspresi spontan, <i>sound</i> viral	Politik direduksi menjadi hiburan digital
Motivasi dan <i>emotional storytelling</i>	Figur inspiratif dan <i>self-made</i>	Kutipan hidup, visual estetik, musik emosional	Realitas politik bergeser menjadi narasi motivasional
Kepemimpinan dan aura politik	Figur kuat, strategis, elit	Edit <i>cinematic</i> , <i>footage</i> elit politik, aura visual	Politik direpresentasikan sebagai simbol karisma
Kedekatan dengan rakyat dan Gen Z	Figur dekat publik dan anak muda	Interaksi spontan, <i>fandom</i> digital, komentar afektif	Politisi diposisikan seperti idol digital
Religiusitas dan spiritualitas	Figur religius dan rendah hati	<i>Footage</i> ibadah, doa, musik Islami	Spiritualitas menjadi bagian dari <i>branding</i> digital

Sumber: Pengolahan data (2026)

Konten humor menjadi tema yang paling dominan pada kedua akun fanbase. Potongan dialog ringan, ekspresi spontan, *sound* viral, dan editing cepat membuat figur

Bahlil tampil santai, menghibur, dan dekat dengan audiens TikTok. Caption seperti “kanda fans beratnya para Gen Z” dan “Strategi King Bahlil emang sekelas Barcelona” menunjukkan upaya membangun kedekatan dengan audiens muda melalui bahasa populer dan humor yang mudah dipahami. Pada kolom komentar, audiens menunjukkan respons yang beragam, mulai dari dukungan hingga keterikatan emosional. Komentar seperti “Team yg gak pernah hujat pak Bahlil sedikitpun 😁😁”, “Bangga aku padamu kanda Bahlil, akhirnya kau menunjukkan jati diri yg sebenarnya 💎💎 Proud”, “kanda gantengku”, dan “tayangku” memperlihatkan kedekatan simbolik yang umumnya ditemukan dalam hubungan penggemar dengan figur publik. Di sisi lain, muncul pula komentar yang lebih rasional terkait penilaian terhadap kinerja politik. Temuan ini menunjukkan bahwa konstruksi citra politik di TikTok dibangun melalui perpaduan humor, budaya fanbase, dan keterlibatan emosional audiens yang berlangsung secara berulang di ruang digital.

Munculnya pola tersebut dipengaruhi oleh karakteristik TikTok yang mengutamakan *engagement*, viralitas, dan distribusi algoritmik. Konten yang menampilkan unsur hiburan, kedekatan emosional, serta audiovisual yang menarik lebih mudah memperoleh likes, komentar, repost, dan masuk ke sistem rekomendasi FYP. Karena itu, akun fanbase cenderung menggunakan subtitle dramatik, cinematic edit, musik viral, dan format khas TikTok untuk meningkatkan visibilitas konten. Respons audiens menunjukkan adanya ekspresi kekaguman dan loyalitas terhadap figur Bahlil. Komentar seperti “King tidak pernah gagal”, “lebih cocok jadi idol daripada pejabat”, “presiden vibes”, dan “aura pemimpin timur memang beda” memperlihatkan bagaimana figur politik dipersepsikan layaknya figur publik populer. Selain menjadi penonton, pengguna juga ikut mereproduksi konten melalui *repost*, *stitch*, *duet*, dan remix video. Temuan ini menunjukkan bahwa representasi figur politik di TikTok tidak hanya dibangun oleh akun fanbase, tetapi juga diperkuat melalui partisipasi audiens yang memperluas penyebaran dan visibilitasnya di ruang digital.

Tabel 2. Sintesis Temuan Utama

Temuan Utama	Indikasi dalam Konten TikTok
Politik mengalami estetisasi digital	Penggunaan <i>cinematic edit</i> , <i>montage</i> , JJ TikTok, dan <i>sound</i> viral

<i>Fansbase</i> menjadi produsen citra politik	<i>Fansbase</i> memilih potongan video, <i>subtitle</i> , dan framing tertentu
Figur politik berubah menjadi idol digital	Penggunaan istilah “kanda”, “fans berat”, glorifikasi ekspresi
Persona digital lebih dominan daripada substansi politik	Konten lebih fokus pada <i>vibes</i> , emosi, dan <i>gesture</i> dibanding kebijakan

Sumber: Pengolahan data (2026)

Sintesis temuan menunjukkan bahwa representasi figur Bahlil di TikTok dibangun melalui kombinasi budaya fanbase, logika algoritmik, dan keterlibatan audiens. Berbagai konten tidak lagi menempatkan Bahlil terutama sebagai aktor kebijakan, melainkan sebagai persona digital yang dekat, inspiratif, dan mudah diidolakan. Dalam proses tersebut, komunitas pendukung tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai pihak yang secara aktif memproduksi dan memperkuat representasi politik di ruang digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi politik di TikTok semakin bergerak dari penyampaian substansi politik menuju pengalaman yang bersifat visual, afektif, dan partisipatif. Akibatnya, publik semakin banyak berinteraksi dengan representasi digital figur politik dibanding realitas politik yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi ruang komunikasi politik, tetapi juga arena produksi hiperrealitas politik yang dibentuk melalui praktik partisipatif komunitas pendukung dan budaya platform digital.

Pembahasan

Peran akun fanbase dalam penelitian ini melampaui fungsi penyebaran informasi semata. Akun-akun tersebut bekerja sebagai komunitas partisipatif yang memilih, mengemas, dan mengedarkan ulang tanda-tanda politik tertentu agar lebih sesuai dengan budaya platform TikTok. Hal ini sejalan dengan Jenkins (2006), yang memandang penggemar sebagai partisipan aktif dalam produksi dan sirkulasi makna. Dalam konteks ini, budaya fanbase menjadi titik awal pembentukan representasi politik karena citra figur tidak hanya berasal dari aktor politik, tetapi juga dari praktik kreatif komunitas pendukung di ruang digital.

Proses tersebut kemudian membentuk figur politik sebagai persona digital yang mendekati logika *internet celebrity*. Abidin (2021) menjelaskan bahwa *internet celebrity* terbentuk melalui visibilitas, perhatian, dan kedekatan simbolik yang direproduksi secara terus-menerus di media digital. Dalam penelitian ini, Bahlil tidak hanya hadir sebagai

pejabat publik, tetapi juga sebagai figur yang memperoleh daya tarik melalui kedekatan emosional, gaya visual, dan keterlibatan audiens. Artinya, popularitas politik tidak hanya ditentukan oleh jabatan atau kebijakan, tetapi juga oleh kemampuan representasi digital untuk menarik perhatian dan membangun relasi simbolik dengan pengguna TikTok.

Pada titik inilah hiperrealitas bekerja. Representasi yang terus diproduksi oleh akun fanbase dan diperkuat oleh logika platform membuat persona digital Bahlil tampil lebih dominan daripada realitas politik yang kompleks. Baudrillard (1994) menjelaskan bahwa hiperrealitas terjadi ketika tanda dan citra tidak lagi sekadar mencerminkan realitas, tetapi membentuk realitas baru yang dikonsumsi sebagai kebenaran. Dalam konteks penelitian ini, Bahlil sebagai “kanda”, “King”, figur humoris, inspiratif, dan dekat dengan generasi muda menjadi citra yang lebih mudah diterima dan diingat dibanding pembahasan kebijakan formal. Dengan demikian, budaya fanbase menjelaskan proses produksi representasi, *internet celebrity* menjelaskan terbentuknya persona digital, sedangkan hiperrealitas menjelaskan dominasi representasi tersebut dalam membentuk persepsi publik.

Temuan penelitian ini sejalan dengan berbagai kajian mengenai budaya digital dan komunikasi politik di TikTok. Putri dkk. (2024) menunjukkan bahwa budaya FYP berperan dalam membentuk eksistensi digital melalui validasi visual dan engagement, sedangkan Cahyaningrum dan Purnamasari (2024) menjelaskan bahwa editing visual dan narasi viral memperkuat dominasi realitas simbolik di TikTok. Miao dkk. (2024) juga menegaskan bahwa politik afektif berkembang melalui hubungan antara algoritma, visibilitas digital, dan keterlibatan pengguna. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa representasi politik di TikTok tidak hanya dibentuk oleh figur politik, tetapi juga oleh interaksi antara budaya platform, partisipasi pengguna, dan reproduksi konten digital. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada *influencer*, *content creator*, atau *personal branding* politik, penelitian ini menempatkan budaya fanbase sebagai aktor penting dalam produksi hiperrealitas politik. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada penjelasan bahwa hiperrealitas politik di TikTok tidak muncul secara otomatis dari figur politik, tetapi dibentuk melalui hubungan antara praktik partisipatif komunitas pendukung, pembentukan persona digital sebagai *internet celebrity*, dan mekanisme viralitas platform yang memperkuat dominasi representasi politik di ruang digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun fanbase TikTok tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi politik, tetapi juga sebagai aktor yang aktif membangun dan memperkuat representasi figur Bahlil Lahadalia di ruang digital. Melalui praktik partisipatif, elemen audiovisual khas TikTok, dan keterlibatan audiens, Bahlil direpresentasikan sebagai persona digital yang humoris, inspiratif, dekat dengan generasi muda, dan memiliki aura kepemimpinan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi politik di TikTok semakin bergeser dari substansi kebijakan menuju pengalaman visual dan afektif yang dipengaruhi budaya platform digital.

Secara konseptual, penelitian ini menunjukkan bahwa budaya fanbase, internet celebrity, dan hiperrealitas saling berkaitan dalam komunikasi politik digital. Budaya fanbase berperan dalam memproduksi representasi politik, internet celebrity menjelaskan terbentuknya visibilitas dan kedekatan simbolik, sedangkan hiperrealitas menjelaskan dominasi representasi tersebut dalam membentuk persepsi publik. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian komunikasi politik digital dengan menempatkan fanbase sebagai aktor penting dalam produksi representasi dan hiperrealitas politik di media sosial.

Penelitian ini masih terbatas pada dua akun fanbase TikTok dan periode pengamatan tertentu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian pada figur politik maupun platform digital lain, serta menggunakan pendekatan resepsi audiens untuk memahami bagaimana representasi politik yang diproduksi fanbase dimaknai oleh pengguna media sosial.

REFERENSI

- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Abdul Rahman HI. (2025). Membaca ulang polarisasi politik di era digital dalam perspektif sosiokultural dan postkolonial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(5). <https://doi.org/10.21009/COMM.035.07>

- Anggraeni, R. (2025). Komodifikasi identitas digital dalam budaya visual TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 4(1), 44–58.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Baumann, F., Lorenz-Spreen, P., Sokolov, I. M., & Starnini, M. (2025). Modeling echo chambers and polarization dynamics in social media recommendation systems. *Physical Review Letters*, 124(4), 048301. <https://doi.org/10.1103/PhysRevLett.124.048301>
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Boeker, M., & Urman, A. (2022). Self-presentation on TikTok and algorithmic visibility. *New Media & Society*, 24(11), 2563–2581. <https://doi.org/10.1177/14614448221086238>
- Cahyaningrum, A., & Purnamasari, D. (2024). Hiperrealitas dan budaya visual TikTok dalam konstruksi realitas digital. *Jurnal Kajian Media dan Komunikasi*, 8(2), 101–116.
- Febrianda, R. (2025). TikTok dan komodifikasi gaya hidup generasi muda di media sosial. *Jurnal Sosial Humaniora Digital*, 5(1), 33–47.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York University Press.
- Kamaruddin, A. (2024). Representasi identitas dan budaya visual dalam media sosial TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Kontemporer*, 7(1), 55–69.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hibatullah, H. Y., & Nanda, E. (2024). Analisis komunikasi politik Bahlil Lahadalia pada media sosial TikTok. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3). <https://doi.org/10.21009/COMM.033.08>
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). Youth collective political expression on TikTok: The role of platform cultures and algorithmic visibility. *New Media & Society*, 25(9), 2234–2253. <https://doi.org/10.1177/14614448221077158>
- Miao, W., Huang, D., & Huang, P. (2024). Platformization and emotional politics on TikTok: Visibility, engagement, and political affect. *Information*,

Communication & Society, 27(5), 741–758. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2191458>

Nizaroh, S., Putra, A., & Mahendra, D. (2025). *Fandom digital dan konstruksi realitas media sosial pada komunitas daring. Jurnal Komunikasi dan Budaya Digital*, 6(1), 77–91.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.

Puspitaningrum, D. R., Laura, P., & Irwansyah. (2020). Teori kekayaan media dalam penggunaan media sosial Twitter sebagai media komunikasi pejabat publik: Studi kasus gerakan blokir akun Twitter juru bicara presiden. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(0). <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.020.07>

Putri, N., Ramadhan, M., & Lestari, A. (2024). Budaya FYP dan validasi sosial dalam pembentukan identitas digital di TikTok. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 9(1), 12–25.

Zeng, J., Schäfer, M. S., & Allgaier, J. (2021). *Reposting the pandemic: Platformization, algorithmic amplification, and emotional publics on TikTok. Social Media + Society*, 7(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051211033834>