Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)

Volume 8, Nomor 5, September-Oktober 2025

e-ISSN: 2598-4934 p-ISSN: 2621-119X

DOI: https://doi.org/10.31539/gx75qx49



# FAN, FANCAM, DAN INTERAKSI PASCA-KONSER MELALUI PENGUNGGAHAN KONTEN FANCAM DI TIKTOK

# Ruth Vidyadanu Sekarpratiwi<sup>1</sup>, Vonny Tiara Wibawanti<sup>2</sup>

Universitas Airlangga<sup>1,2</sup> ruth.vidyadanu.sekarpratiwi-2023@fisip.unair.ac.id<sup>1</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana fan membangun interaksi sesama fan setelah konser berakhir melalui pengunggahan video oleh fan (fancam) serta bagaimana video tersebut menjadi salah satu cara bagi seorang fan untuk menaikkan status mereka dalam sebuah fandom. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough secara kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang peran fancam dalam dinamika sosial-kultural yang lebih luas di komunitas K-pop Indonesia pasca-konser. Hasil temuan menunjukkan dua temuan baru vang penting dan belum secara eksplisit dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini menemukan bahwa pemilik *fancam* mendapatkan 'kuasa sosial' dalam komunitas digital. Kedua, fancam yang digunakan sebagai alat peningkatan status dalam fandom. Fenomena ini menegaskan perubahan budaya konsumsi musik dan hiburan di mana penggemar tidak lagi pasif menonton konser semata, melainkan berperan aktif sebagai co-creator konten. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pembuatan dan penyebaran fancam dilakukan sebagai ekspresi dedikasi fan. Fancam yang diunggah bukan semata-mata rekaman konser, melainkan juga media ekspresi emosional, alat negosiasi kekuasaan simbolik, dan basis modal sosial di dalam komunitas penggemar. Selain itu, aktivitas fancam melampaui sekadar hiburan, ia menjadi sarana mobilisasi identitas kolektif dan penguatan posisi sosial dalam ekosistem fan culture.

Kata Kunci: Fancam, Konser, Kpop.

# **ABSTRACT**

This study aims to explore how fans build interactions with each other after a concert through the uploading of fan videos (fancams) and how these videos become a way for fans to elevate their status within a fandom. This study uses Norman Fairclough's critical discourse analysis qualitatively to gain deeper insight into the role of fancams in the broader socio-cultural dynamics of the Indonesian K-pop community post-concert. The findings reveal two important new findings that have not been explicitly discussed in previous studies. First, this study found that fancam owners gain 'social power' within the digital community. Second, fancams are used as a means of status enhancement within the fandom. This phenomenon underscores the shift in music and entertainment consumption culture, where fans are no longer simply passive observers of concerts but rather play an active role as content co-creators. Overall, it can be

concluded that the creation and dissemination of fancams are carried out as an expression of fan dedication. Uploaded fancams are not merely concert recordings but also a medium for emotional expression, a means of negotiating symbolic power, and a basis for social capital within the fan community. Moreover, fancam activity goes beyond mere entertainment, it becomes a means of mobilizing collective identity and strengthening social position within the fan culture ecosystem.

Keywords: Concert, Fancam, Kpop.

#### **PENDAHULUAN**

Konser merupakan salah satu bentuk hiburan yang tetap diminati masyarakat Indonesia. Antusiasme terhadap konser tidak hanya muncul pada saat acara berlangsung, tetapi juga berlanjut setelah konser selesai. Dalam konteks budaya populer, keterlibatan antar penggemar (fans engagement) tidak berhenti momen pada pertunjukan, melainkan terus terjalin melalui berbagai media digital. Salah satu media yang berperan penting dalam mempertahankan interaksi dan komunikasi antar penggemar setelah konser adalah fancam.

Fancam merujuk pada video pendek yang menampilkan salah satu anggota grup musik, biasanya grup K-Pop, yang direkam oleh penggemar menggunakan kamera ponsel atau perangkat lainnya saat idola tampil di atas panggung (Nandakumar, 2023). Video fancam sering kali diunggah dan disebarkan melalui platform media sosial seperti X, Tumblr, dan Instagram (Champagne, 2024). Meskipun awalnya dianggap sebagai video amatir dengan kualitas rendah, perkembangan teknologi dan peran aktif komunitas penggemar menjadikan fancam sebagai bentuk konten kreatif yang kini banyak direkam menggunakan kamera semiprofesional oleh penggemar dengan basis pengikut besar (Nandakumar, 2023).

Produksi fancam mencerminkan bentuk kerja kreatif dan sukarela yang dilakukan oleh penggemar, yang sering disebut sebagai fan labor—yakni aktivitas produktif berbasis minat dan emosi terhadap idola (Ismail, 2023). Bagi penggemar K-Pop, fancam diambil dalam berbagai situasi seperti konser, bandara, acara musik, hingga kegiatan publik lainnya. Ciri khas fancam terletak pada fokusnya terhadap anggota sepanjang satu grup pertunjukan, berbeda dengan kamera panggung yang menyorot banyak anggota secara bergantian (Zhang, 2024). Dengan demikian, fancam menghadirkan bentuk keintiman visual antara penonton dan idola yang memungkinkan penggemar merasa lebih dekat dan terlibat secara emosional dengan idola mereka.

Zhang (2024)menjelaskan tidak sekadar bahwa fancam dokumentasi visual, tetapi juga medium memperkuat keterikatan emosional antara penggemar dan idola. Ketika penggemar menonton atau melakukan streaming fancam, mereka sedang berinteraksi dengan figur yang memiliki nilai emosional dan finansial dalam kehidupan mereka. Penggemar merasa memiliki tanggung jawab moral untuk menampilkan versi terbaik dari idola mereka, yang sekaligus menjadi cerminan versi ideal dari diri mereka sendiri.

Fenomena fancam tidak dapat dilepaskan dari konteks globalisasi budaya K-Pop. Sejak 2010, K-Pop berkembang secara global berkat produksi musik inovatif, strategi pemasaran digital, serta pemanfaatan platform media sosial yang efektif meniangkau untuk audiens internasional (Parc, 2020). Media sosial memungkinkan penggemar berbagai latar belakang untuk saling berinteraksi, berbagi konten, serta membangun komunitas berbasis minat bersama (Kim, 2024). Ruoxuan Dai (2022)menambahkan bahwa penggemar di era digital merupakan kelompok yang kreatif dan produktif, yang tidak hanya mengonsumsi tetapi juga menciptakan ulang konten media, menjadikan fandom sebagai bagian dari ekosistem kapitalisme digital.

Penyebaran fancam di media sosial turut memperkuat budaya partisipatif fandom. Shimauchi (2023) menyebut bahwa keterhubungan antara konten visual dan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif serta partisipatif penggemar. Gambar dan video konser yang dibagikan secara daring, baik di ruang publik maupun pribadi, menjadi bagian dari dinamika interaksi sosial penggemar (Upham et al., 2024). Dalam ruang digital tersebut, penggemar tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi dalam produksi, distribusi, proses interpretasi makna yang terkait dengan idola mereka (Song, 2025).

Selain itu, keterlibatan penggemar di media sosial tidak hanya bersifat reaktif, seperti menyukai atau membagikan konten, tetapi juga bersifat proaktif melalui kegiatan sosial kolaboratif. Media sosial menjembatani kesenjangan antara idola penggemar, memungkinkan dan mereka untuk berinteraksi, berbagi melakukan pengalaman, bahkan kegiatan amal kolektif demi meningkatkan citra idola dan komunitas fandom (Lee, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji fancam dan interaksi penggemar. Fitria (2022)dalam penelitiannya "Fans K-Pop dan Isu Sosial" menunjukkan bahwa fancam digunakan sebagai alat kampanye sosial gerakan seperti #BlackLivesMatter. Penelitian Lee dan (2025) menemukan bahwa aktivitas fandom di platform digital didominasi oleh kelompok superfans yang berkontribusi secara signifikan distribusi terhadap produksi dan Sementara konten. itu, penelitian menyoroti Tofani (2023)platform Weverse dalam memperkuat kedekatan emosional antara idola dan penggemar.

Namun. penelitian-penelitian tersebut secara spesifik belum menyoroti interaksi antar penggemar pasca-konser melalui praktik berbagi fancam di media sosial. Padahal, fancam tidak hanya menjadi dokumentasi visual, melainkan juga komunikasi sarana pengalaman memperpanjang emosional dan sosial penggemar setelah konser berlangsung. Melalui unggahan fancam, penggemar saling berbagi perspektif personal terhadap pertuniukan idola, membangun rasa memperkuat kebersamaan. dan identitas kolektif dalam komunitas fandom.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana makna-makna simbolik. emosional. dan sosial terbentuk melalui praktik produksi dan distribusi fancam oleh penggemar K-Pop di media sosial. Penelitian ini berfokus pada cara penggemar menggunakan fancam sebagai alat komunikasi dan interaksi pasca-konser, bagaimana serta praktik ini berkontribusi terhadap pembentukan keterikatan dan solidaritas dalam komunitas fandom digital.

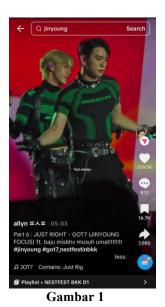
### METODE PENELITIAN

merupakan Penelitian ini penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Objek utama penelitian ini adalah 2 video fancam konser K-Pop yaitu konser Seventeen di JIS pada Januari 2024 dan GOT7 di Bangkok pada 2025 yang diunggah di TikTok setelah konser dengan caption yang disertai Hashtag resmi konser dan nama grup, serta masing-masing telah ditonton lebih dari 300.000 kali agar mewakili konten yang memiliki engagement tinggi. Pengambilan data dilakukan dengan pemantauan daring manual untuk menelusuri Hashtag resmi konser dan nama grup dan mengunduh video secara langsung tanpa software khusus. Kemudian peneliti melakukan

pencatatan di lembar kerja sederhana untuk mendata waktu unggah, jumlah tayangan, *caption*, dan nama akun pengunggah. Ringkasan temuan awal selanjutnya dikirim melalui pesan pribadi ke pengunggah utama untuk memastikan data tersaji secara akurat (validasi partisipan).

Teknik analisis data mengikuti tiga dimensi Fairclough yang meliputi: 1) teks - mengkaji makna dasar dengan menonton video untuk menemukan pola-pola dasar seperti performativitas bahasa (fan's scream, bias-calling, sing-along), mode visual (zoom, wide, idol focus), serta penandaan visual (emoji, filter, *Hashtag*, tulisan overlay); 2) praktik diskursif - memperhatikan kapan dan bagaimana video direkam (momen lagu tertentu, posisi penonton) serta konteks unggahan untuk membantu memahami keputusan kreatif pengunggah dan strategi mereka menampilkan pengalaman konser. Selain itu, peneliti juga memperhatikan jejak *repost* dan jumlah komentar untuk mengenali penyebaran dan konsumsi fancam di antara fans; 3) praktik sosial menghubungkan temuan-temuan sebelumnya dengan dinamika yang lebih luas, terutama bagaimana fancam menggambarkan kedekatan fans-idol, nilai kolektif "berbagi momen" di fandom, solidaritas fandom, hingga status dan *power* "pemilik *fancam*".

### HASIL PENELITIAN







Gambar 2

Gambar 3

### Keterangan:

Gambar 1: Video Fancam Got7 Jinyoung Nestfest 2025 (Sumber: Tiktok @feat.mango) Gambar 2: Video Fancam Seventeen Mingyu GDA 2024 (Sumber: Tiktok @feat.mango) Gambar 3: Video Fancam Seventeen Mingyu GDA 2024 (Sumber: Tiktok @feat.mango)

Video 1 memperlihatkan anggota member Got7 Jinyoung pada saat menampilkan lagu *Just Right* di konser Nest Fest Bangkok 2025. Sedangkan Video 2 memperlihatkan anggota member *Seventeen* Mingyu pada saat menampilkan lagu HOT di acara Golden Disk Award 2024 di Jakarta serta saat Mingyu melihat ke arah pemilik video dari jarak dekat.

### **Dimensi Teks (Deskripsi)**

Pada bagian ini analisis akan berfokus pada apa yang ditampilkan dan dituliskan dalam unggahan cuplikan *fancam*, tanpa menafsirkan konteks sosial atau praktik diskursifnya lebih lanjut. Dimensi Teks ini terdiri dari performativitas bahasa, visual, teks tertulis, sert *Hashtag* yang diberikan pada kedua video *fancam* tersebut.

### Performativitas Bahasa

Kedua video tidak ini menggunakan performativitas bahasa pengunggahan saat pada sehingga isi dari video *fancam* ini lebih berfokus pada subjek dari video tersebut. Suara yang digunakan pada kedua fancam tersebut menggunakan lagu yang dibawakan pada saat pengambilan video atau suara yang dianggap sesuai dengan atmosfer yang ingin disampaikan oleh perekam pada penonton. Hal ini memperlihatkan bagaimana sebuah video menyampaikan suasana dan emosi dari perekam tanpa perlu memberikan bahasa secara eksplisit. Pemilihan suara atau audio yang dipilih pun menjadi sebuah hal yang penting dalam pengunggahan fancam untuk menyampaikan pesan yang ingin diberikan oleh perekam.

### Visual

Hasil gambar pada fancam 1 (Gambar 1) terlihat lebih jernih dengan kualitas gambar yang hampir setara dengan kamera profesional pada umumnya. Sedangkan fancam kedua (Gambar 2 dan 3) gambar yang diambil memiliki kualitas yang lebih rendah dimana hal tersebut menunjukkan bagaimana fan sebagai seorang produsen video yang tidak memiliki sumber daya yang sama dengan profesional. Meskipun produsen gambar yang diambil tidak terlalu jernih, namun video tetap diambil untuk mengabadikan momen yang menarik atau berkesan bagi pengambil video.

Pada fancam pertama (Gambar 1), fokus kamera diarahkan secara stabil pada satu member GOT7 yaitu Park Jinyoung, menandakan intensi dari perekam video untuk menyorot bias atau idolanya. Komposisi gambar menunjukkan wajah dan tubuh secara jelas, dengan framing close up yang memperkuat fokus visual pada ekspresi performa member tersebut. dan Pencahayaan panggung berwarna merah menambah kesan intens dan dramatis. Selain itu, aksesori yang mencolok dan kostum berwarna hijauhitam tampil dominan dan menjadi elemen ikonik dalam video.

Fancam kedua (Gambar 2), fokus kamera diarahkan fokus pada satu member Seventeen yaitu Kim Mingyu yang terlihat berdiri dengan postur tegap, mengenakan kostum panggung berwarna hitam dan potongan lengan yang menonjolkan lengan berototnya. Latar belakang dominan merah memperkuat penampilan idol tersebut yang penuh energi. Tatapan idol mengarah ke samping, dengan rahang

mengeras dan ekspresi wajah yang tegas, menunjukkan kepercayaan diri dan sedikit menantang. tinggi Keseluruhan representasi ini menciptakan maskulinitas ideal dalam budaya pop Korea. Sedangkan fancam kedua (Gambar 3) memperlihatkan suasana visual dan emosional yang berbeda dengan gambar sebelumnya (Gambar 2). Pada Gambar 3 ini, sang idol terlihat duduk santai, mengenakan pakaian yang sama namun dalam situasi yang lebih kasual. Ekspresi wajah berubah menjadi tersenyum tipis dengan mata menatap si perekam video, serta posisi duduk membungkuk dengan tangan menggenggam di depan seolah-olah menunjukkan kehangatan. Selain itu pencahayaan dalam adegan ini jauh lebih redup dengan nuansa biru dan hitam memberi kesan lebih inti, personal, dan 'manusiawi', berbeda dengan aura panggung spektakuler seperti di Gambar 2.

### **Teks Tertulis**

Fancam pertama (Gambar 1) diunggah dengan caption "PART 6 | JUST RIGHT - GOT7 (JINYOUNG FOCUS) ft. baju misbhv musuh umat!!!!!!!" adalah bentuk ekspresi afektif dan hiperbola. Frasa tersebut menjelaskan unsur gaya konser/musik dengan mode pakaian yang digunakan idol pria (Jinyoung). Kata "musuh umat" lazim digunakan fandom untuk menyebut sesuatu yang "terlalu menggoda" atau "terlalu kuat secara visual" hingga dianggap "berbahaya" bagi ketenangan hati penggemar. Penggunaan banyak tanda seru (!) memberi kesan memperkuat intensitas emosi dan efek dramatis dari caption tersebut.

Sedangkan fancam kedua diunggah dengan caption "he he sa ae km ay" yang merupakan transkripsi dari kalimat formal "he he he, bisa aja kamu, sayang", yang biasa dipakai sehari-hari. Terdapat unsur tawa ringan seperti ekspresi malu dan tersipu, diikuti frasa "bisa aja kamu, sayang" seperti merespon sesuatu dianggap manis dituiukan pada seseorang yang memiliki kedekatan emosional. Caption ini meniadi ekspresi pemilik fancam untuk menyampaikan kedekatan emosional dan humor genit kepada idolanya.

Selain itu, pada fancam kedua (Gambar 2 dan Gambar 3), terdapat teks overlay dalam video vang menunjukkan kontras identitas maskulin perbedaan ekspresi visual dan linguistik. Pada Gambar 2, teks *overlay* "my bf before seeing me 🔾 🖫 🗒 " disandingkan dengan visual idol pria (Mingyu) dalam pose mengenakan pakaian kulit hitam ketat, dengan latar merah yang membara. Pemilihan emoji seperti wajah marah, tengkorak, rantai, dan lengan berotot menunjukkan citra dominan dan agresif yang sering diasosiasikan dengan maskulinitas. Sebaliknya, pada Gambar 3, teks overlay "after seeing me ⊕ ⊕ □" muncul bersama visual sang idola dalam postur duduk membungkuk sambil tersenyum lembut, dikelilingi suasana yang lebih tenang. Emoji yang digunakan bersifat feminin dan manis, menandakan transisi emosional dari "sosok macho" ke "sosok lembut" setelah kehadiran tokoh "aku". Kontras ini menciptakan sebuah narasi transformatif: maskulinitas menjadi luwes dan adaptif sebagai bentuk respon terhadap afeksi

dan pengakuan dari pihak perempuan "aku" sebagai pengambil video dan pembuat *fancam*.

# Hashtag (#)

Hashtag yang digunakan untuk fancam 1 adalah #jinyoung dan #got7 nestfestinbkk. Hashtag #jinyoung ini diambil dari nama panggung Jinyoung Park vang merupakan salah satu member boy group K-pop GOT7. Hashtag ini digunakan untuk menjangkau audiens yang mencari konten khusus tentang Jinyoung. Ini adalah strategi umum konten yang dibuat fan agar videonya mudah ditemukan oleh penggemar lainnva. Kemudian Hashtag #got7 nestfestinbkk yang spesifik digunakan untuk mengarsipkan atau menghubungkan konten terkait acara konser GOT7 di Bangkok. Hashtag ini berfungsi semacam alat navigasi di media sosial agar pengguna lain terutama penggemar GOT7 bisa menemukan fancam ini dengan mudah. Penggunaan Hashtag ini dilakukan karena waktu pengunggahan video yang terbilang singkat dari waktu acara GOT7 Netfest berlangsung. Kedua Hashtag ini digunakan untuk mempermudah fans lain untuk mencari video yang mirip dan sesuai dengan video yang telah diunggah. Selain itu, Hashtag ini juga digunakan untuk dokumentasi kolektif para penggemar di sosial media dan memungkinkan visibilitas dari GOT7 sendiri.

Sedangkan pada *fancam* 2 tidak menggunakan *Hashtag* penunjang untuk pencarian video karena waktu pengunggahan yang berbeda jauh dari hari video direkam. Hal ini menunjukkan bagaimana waktu menjadi salah satu poin penting dalam

penggunaan *Hashtag* untuk mendapatkan penonton yang sesuai dengan niat dari perekam.

### Praktik Diskursif Fancam

Video pada fancam 1 dan 2 diambil pada jarak dekat dan dengan menggunakan smartphone yang mampu mengambil gambar dengan resolusi baik. yang Hal menunjukkan adanya ketimpangan ekonomi yang dimiliki oleh perekam dengan fan pada umumnya. Pengambilan fancam dengan jarak dekat menunjukkan bahwa perekam merupakan fan yang mampu dan rela untuk mengeluarkan uang dengan jumlah yang tidak sedikit untuk bertemu dengan idola kesukaan mereka. Fancam 1 terutama di mana pengambilan video dilakukan pada konser yang dilaksanakan di luar Indonesia dimana pengeluaran uang dilakukan tidak yang hanya berdasarkan harga tiket yang harus mereka bayar, tetapi juga transportasi, akomodasi, dan konsumsi selama konser berlangsung. Perilaku seperti ini bukan sebuah hal yang mudah untuk dilakukan oleh semua fan dari sebuah grup idola sehingga menunjukkan adanya ketimpangan ekonomi yang terjadi di dalam sebuah fandom.

Banyaknya jumlah penonton dan *likes* yang didapatkan pada *fancam* 1 dan 2 menunjukkan bagaimana *fans* lebih menyukai video-video yang menunjukkan idola mereka dengan jelas dari jarak yang dekat. Hal ini membuat beberapa *fan* menjadi orangorang yang dituju pada saat mencari video mengenai idola mereka terutama pada masa konser. *Fan* yang sering mengunggah video atas seorang idola pada masa konser kemudian akan

menjadi *fan* yang dicari oleh *fan* pada umumnya untuk ikut merasakan *euphoria* pada saat menonton konser yang tidak dapat mereka ikuti. Hal ini juga merupakan salah satu cara bagi *fan*s untuk menumbuhkan kedekatan dengan idola kesukaan mereka.

Fancam kedua, terutama pada bagian kedua merupakan salah satu pembentukan hubungan contoh parasosial yang terjadi antara fans dengan idola kesukaan mereka. Perekam fancam kemudian secara tidak langsung menjadi salah satu pihak yang memiliki kekuatan menumbuhkan hubungan parasosial yang dimiliki oleh fan kebanyakan melalui video yang mereka unggah. Video fancam dapat memperlihatkan sisi baru dari idola yang mereka sukai sehingga baik perekam maupun fan yang menonton video fancam tersebut dapat merasa lebih dekat dengan idola mereka.

Sejauh ini, fancam digunakan oleh para fan untuk menyampaikan hasrat dan emosi mereka dalam ruang digital secara terbuka. Ini merupakan bentuk praktik afeksi kolektif dalam budaya fandom, di mana fancam dipakai untuk menyuarakan kekaguman dengan cara yang kreatif. Keberadaan fancam memperkuat unsur kedekatan dan playful intimacy yang mencerminkan cara penggemar mereklamasi emosional, ruang melawan narasi kaku tentang ekspresi cinta atau kekaguman yang sering dianggap berlebihan.

Dalam konteks video fancam yang diunggah di platform TikTok seperti yang dibahas, fancam bukan sekedar dokumentasi pertunjukan, tetapi juga sebuah bentuk produksi makna. Pengguna yang membuat dan

menyebarkan fancam secara aktif terlibat dalam praktik diskursif yang memberikan mereka 'kuasa sosial' dalam komunitas digital. Alih-alih hanya menjadi konsumen pasif, pemilik fancam justru menjadi produsen makna membingkai alternatif, ulang penampilan idola dalam narasi yang relatable, lucu, romantis, atau bahkan ironis, yang bisa jadi berbeda dari framing media resmi. Diskursus ini membentuk realitas sosial baru, di mana idola bukan hanya figur publik yang jauh tetapi juga bagian dari imajinasi personal kolektif.

Aktivitas fandom online menciptakan sistem kekuasaan alternatif, di mana pemilik fancam menguasai arsip visual, mengedit, dan menyebarkan ulang dalam konteks yang mereka pilih. Hal ini menjadi pembeda dengan kondisi dulu ketika hanya media dan agensi artis yang mengontrol narasi idola. Kini, pemilik fancam dapat menaikkan visibilitas seorang idola lewat momen tertentu dan membentuk persepsi publik terhadap penampilan, gaya, atau persona idola. Kuasanya bersifat simbolik performatif yang didapatkan melalui view count, likes, shares, dan validasi sosial (komentar) dari komunitas fandom.

### **Praktik Sosial**

Mengambil dan mengunggah fancam melalui media sosial kini merupakan sebuah praktik yang sudah lumrah dilakukan oleh fans yang menonton konser musik secara langsung terutama bagi fans yang mampu mendapatkan lokasi yang dekat dengan panggung. Pengambilan fancam juga menjadi sebuah cara bagi seorang fan untuk meningkatkan status

sosial yang mereka miliki di dalam sebuah fandom. Bagi fan dari grup musik, gagasan peningkatan status ini ditekankan oleh kebutuhan beberapa peserta untuk menunjukkan kehadiran mereka di sebuah konser sebagai "pembaruan status" mereka di situs jejaring sosial. Bukan hanya karena menyukainya, aktivitas seperti membuat dan mengunggah fancam ini juga dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan penggemar lain yang menonton fancam tersebut.

Mengunggah fancam melalui media sosial juga merupakan sebuah bagi seorang fan cara untuk menunjukkan pada fan lain bahwa mereka dapat bertemu dengan idola mereka dengan dekat dimana berada di dekat secara fisik seorang artis/band merupakan sebuah hal yang penting bagi seorang fan. Melalui pengunggahan video fancam dari jarak dekat, perekam secara tidak langsung menunjukkan adanya perbedaan status sosial yang dimiliki oleh perekam dengan fans lain terutama yang tidak dapat menghadiri acara konser secara langsung. Kedua fancam yang diambil pun mendapatkan engagement tinggi tidak hanya karena kualitas dari video yang diambil namun juga berdasarkan jarak yang dimiliki oleh perekam dengan idola yang menjadi subjek pada video tersebut. Melalui sebuah video, jarak asli dari tempat perekam dengan subjek pada video dapat dimanipulasi dengan penggunaan fitur zoom in pada kamera. Namun, karena video yang diambil oleh seorang fan tidak menggunakan kamera profesional, maka ada batasan sejauh mana fitur tersebut dapat digunakan. Hal ini yang kemudian membuat video fancam yang memiliki iarak pandang yang dekat dengan subjek menjadi lebih populer di media sosial.

Melalui Fancam 2 (Gambar 3), dapat dilihat bahwa fan menginginkan adanya interaksi yang intens dan personal dengan idola mereka. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa penggemar mungkin merasa berkewajiban untuk menghadiri konser langsung, mungkin sebagai sarana untuk memperpanjang keterlibatan dalam keanggotaan kelompok berdasarkan apresiasi terhadap musik dan artis tertentu. Selain itu, fancam yang diunggah pun menunjukkan sebuah momen yang unik dan hanya dapat dilihat pada konser tersebut. Melalui adanya interaksi intens dan personal dengan idola, fans kemudian membentuk hubungan parasosial.

### **PEMBAHASAN**

Penelitian ini membedah peran fancam sebagai alat interaksi pasca-konser melalui unggahan di TikTok. Meskipun penelitian mengenai fancam dan interaksi penggemar sudah ada sebelumnya, namun belum ada yang secara spesifik membahas interaksi antar penggemar setelah konser melalui fancam yang diunggah di platform digital. Hal ini menjadi titik awal perbedaan utama dan kontribusi dari penelitian ini.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus fancam sebagai alat aktivisme Fitria, (2022) berfokus pada fancam sebagai media interaksi sosial dan emosional pasca-konser. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fancam tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai medium interaktif memungkinkan yang penggemar pengalaman memperpanjang

emosional pasca-konser. Melalui unggahan fancam, penggemar dapat perspektif dan berbagi pribadi menciptakan ikatan sosial dan emosional antar sesama anggota fandom.

Penelitian ini menambahkan perspektif baru dengan menganalisis interaksi yang terjadi di platform media sosial publik seperti TikTok, yang pada sebelumnya penelitian pernah dilakukan di platform Weverse (Tofani, 2023). Diskusi ini menunjukkan bagaimana penggemar menggunakan fancam yang diunggah di TikTok untuk menumbuhkan kedekatan dengan idola mereka. Platform memungkinkan fancam menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga praktiknya lebih dinamis dan sarat makna. Penggunaan fitur seperti caption dan Hashtag pada video fancam yang diunggah menunjukkan adanya praktik afeksi kolektif di ruang digital.

Berdasarkan temuan yang ada, ikatan yang terbentuk dari interaksi melalui fancam di platform seperti TikTok berbeda secara fundamental dengan ikatan yang terbentuk dari interaksi langsung dengan idola di Weverse. Interaksi melalui fancam pasca-konser berfokus pada ikatan sosial dan emosional antar sesama penggemar. Penggemar menggunakan fancam yang mereka unggah untuk berbagi perspektif pribadi tentang pertunjukan idola mereka, yang memperpanjang pengalaman emosional pasca-konser dan menciptakan koneksi dengan anggota fandom lain yang mungkin tidak dapat menghadiri acara tersebut.

Sebaliknya, penelitian tentang Weverse seperti platform yang dilakukan Tofani (2023) menunjukkan bahwa interaksi di sana secara langsung bertujuan untuk membentuk kedekatan emosional antara penggemar dan idola. Weverse memungkinkan idola dan penggemar untuk saling berbagi informasi tentang kegiatan idola maupun kehidupan pribadi secara lebih personal, sehingga menciptakan ikatan parasosial yang lebih intens dan eksklusif. Dengan kata lain, fancam berperan sebagai jembatan yang menghubungkan satu penggemar dengan penggemar lain dalam sebuah komunitas, sementara platform seperti Weverse berfungsi sebagai saluran langsung untuk mempererat ikatan antara penggemar dengan idola mereka secara individu.

Selanjutnya, analisis yang dilakukan pada dua video fancam yang diunggah di TikTok pada penelitian ini menemukan bahwa fancam bukan dokumentasi hanya sekadar pertunjukan, melainkan juga sebuah media interaktif yang memperpanjang pengalaman emosional pasca-konser dan memfasilitasi komunikasi antar penggemar. Temuan ini selaras dengan pernyataan Upham, Lee, & Park (2024) bahwa gambar dan video pertunjukan rutin dibagikan secara daring, baik privat maupun publik, dalam berbagai tingkatan. Penelitian Sari, dkk (2025) menerangkan bahwa penggemar dapat membuat fancam sebagai bagian dari aktivitas fan edits yang dipikirkan, dengan melihat potensi memperoleh engagement tinggi dan masuk ke dalam For Your Page (FYP).

Secara tekstual, *fancam* berfungsi sebagai sarana dokumentasi visual dari momen-momen konser yang menarik

atau berkesan. Fancam sering kali memiliki resolusi yang lebih rendah daripada video profesional, namun seiring berjalannya waktu, istilah ini juga mencakup penggunaan kamera semi-profesional. Fancam berbeda dari kamera resmi karena ia hanya mengikuti satu anggota grup sepanjang pertunjukan yang memungkinkan penonton fokus pada idola tersebut meskipun mereka tidak disorot oleh kamera resmi.

Dari segi ekspresi, fancam menjadi media bagi penggemar untuk menyuarakan kekaguman emosional membangun kedekatan dengan idola mereka. Contohnya, caption seperti "musuh umat" yang digunakan pada Fancam menunjukkan ekspresi afektif dan hiperbola yang lazim digunakan dalam fandom untuk menggambarkan sesuatu yang "terlalu menggoda" atau "terlalu kuat secara visual". Fancam memungkinkan penggemar untuk membentuk ruang emosional baru dan melawan narasi kaku tentang ekspresi kekaguman yang sering dianggap berlebihan. Ini mempertegas bahwa fancam dapat berfungsi sebagai media dokumentasi dan ekspresi dari sudut pandang penggemar.

Unggahan fancam di media sosial menunjukkan adanya praktik diskursif di mana pemilik fancam menjadi produsen makna alternatif, bukan sekadar konsumen pasif. Mereka membingkai ulang penampilan idola dengan narasi yang dapat dimengerti, lucu, romantis, atau ironis, yang mungkin berbeda dari narasi yang dibuat oleh media resmi. Praktik ini memberikan mereka 'kuasa sosial' dalam komunitas digital karena mereka mengontrol arsip visual, mengeditnya,

dan menyebarkannya kembali sesuai dengan konteks yang mereka pilih. Kekuasaan ini bersifat simbolis dan performatif yang diperoleh melalui jumlah tayangan, suka, dan komentar yang diterima dari komunitas *fandom*.

Penelitian ini juga melihat hubungan parasosial yang dimiliki oleh fan dengan idola mereka serta bagaimana merek mempublikasikan hubungan tersebut menggunakan media sosial. Hubungan parasosial merupakan sosio-emosional hubungan dikembangkan orang dengan tokoh media seperti selebriti atau karakter fiksi (Hoffner, 2022). Hubungan parasosial antara fans dengan idola tidak hanya dapat terjadi pada saat fans melihat idola mereka secara langsung, juga pada saat namun mengonsumsi konten-konten tertentu seperti fancam. Hubungan parasosial antara fans dengan idola mereka kemudian menjadi salah satu faktor seorang fan dapat menyukai idola tertentu dalam waktu yang lama. Bagi fans yang tidak dapat menghadiri konser dan melihat idola mereka secara langsung dari dekat, mereka kemudian mencari fancam untuk merasa lebih dekat dengan idola mereka. Hubungan antara fans ini dapat menumbuhkan persahabatan di antara fan, persahabatan merupakan motivasi utama penggunaan media, yang dapat dipenuhi sebagian dengan mengembangkan ikatan parasosial (Hoffner, 2022). Video fancam dapat memperlihatkan sisi baru dari idola yang mereka sukai sehingga baik perekam maupun fan yang menonton video fancam tersebut kemudian dapat merasa lebih dekat dengan idola mereka. parasosial Ikatan juga memungkinkan kaum muda untuk

berpartisipasi secara tidak langsung dalam hubungan romantis melalui interaksi imajiner dengan tokoh-tokoh media (Hoffner, 2022).

Pengambilan video fancam tidak terbatas pada aturan tertentu. Pada saat berlangsung, pengambilan konser konser dilakukan secara artistik dan berusaha untuk menangkap keseluruhan anggota dalam grup, namun fancam diambil atas satu idola yang mereka sukai ketika mereka sedang tampil pada sebuah konser. Fancam lain dapat berupa interaksi antara idola kesukaan seorang fan dengan anggota lain pada grup idola tersebut yang dianggap menarik dan jarang tersorot oleh kamera terutama pada saat konser berlangsung. Gambar yang diambil dalam sebuah fancam tidak selalu memiliki kualitas yang baik, namun fancam dengan kualitas yang baik mampu menarik lebih banyak perhatian dari fan lain yang ingin melihat momen tertentu idola mereka yang belum tentu dapat terulang kembali di masa depan.

Selain itu, semakin dekat hasil fancam yang diambil, maka fancam akan dianggap menjadi tersebut baik karena semakin mampu menunjukkan detail-detail tertentu yang dilakukan oleh idola mereka dan mungkin terlewat dari kamera profesional yang ada pada saat konser berlangsung. Tindakan pengambilan fancam kini telah menjadi bagian dari budaya menonton konser yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas dalam sebuah fandom dan bagaimana fan bertindak ketika bertemu dengan idola mereka secara langsung. Merekam idola mereka pada saat konser menjadi salah satu cara untuk meningkatkan status yang dimiliki oleh seorang *fan* di dalam sebuah *fandom*.

Selain itu, penelitian ini juga adanya ketimpangan menyoroti ekonomi fandom. di dalam Pengambilan video fancam dari jarak dekat, terutama pada konser di luar negeri, menunjukkan bahwa perekam adalah penggemar yang memiliki kemampuan finansial untuk mengeluarkan biaya besar demi bisa melihat idola mereka dari dekat. Praktik ini juga menjadi salah satu cara bagi penggemar untuk meningkatkan status sosial mereka di dalam fandom, menunjukkan bahwa mereka mampu berada di dekat idola secara fisik yang dianggap sebagai hal penting bagi seorang penggemar. Bagi penggemar musik, mencantumkan kehadiran di konser merupakan salah satu cara untuk "melapor" dan memperbarui status di jejaring sosial.

Fancam memperlihatkan sisi baru dari idola yang disukai sehingga baik perekam maupun penonton dapat merasa lebih dekat dengan idola mereka. Perasaan lebih dekat yang dimiliki penggemar ini sering disebut dengan ikatan parasosial. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan Hoffner & Bond (2022) bahwa hubungan parasosial adalah hubungan sosiodikembangkan emosional yang individu dengan tokoh media seperti fancam selebriti. Kehadiran peran penting dalam memainkan memperkuat memfasilitasi dan hubungan parasosial antara penggemar dan idolanya.

Bagi penggemar yang tidak menghadiri konser secara langsung dapat mencari dan mengonsumsi fancam sebagai cara untuk merasa lebih dekat dengan idola mereka. Fancam

yang menampilkan momen unik dan intens seperti interaksi pribadi antara idola dan penggemar dapat membantu menumbuhkan ikatan emosional ini. Hubungan parasosial juga memotivasi persahabatan di antara sesama penggemar karena ikatan ini dipenuhi sebagian dengan mengembangkan ikatan parasosial. Hal ini menunjukkan bagaimana fancam menghubungkan hanya tidak penggemar dengan idola mereka, tetapi "mengakrabkan" juga komunitas fandom secara lebih luas.

Dengan demikian, penelitian ini mengidentifikasi dua temuan baru yang penting dan belum secara eksplisit dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini menemukan bahwa pemilik fancam mendapatkan 'kuasa sosial' dalam komunitas digital. Kedua, fancam yang digunakan sebagai alat peningkatan status dalam fandom dan fakta adanya ketimpangan ekonomi yang melatarbelakangi penggemar dalam proses produksi fancam.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperluas pemahaman tentang fancam dengan menggeser fokus dari peran aktivisme ke peran interaksi pasca-konser. Lebih lanjut, penelitian juga mengungkap dinamika ini kekuasaan simbolik dan ketimpangan sosial yang baru muncul di dalam komunitas fandom, yang tidak ditemukan secara spesifik literatur yang disebutkan sebelumnya.

# **SIMPULAN**

Penelitian ini telah menelaah bagaimana para penggemar khususnya di kalangan K-pop menggunakan konten *fancam* sebagai media interaksi sesama *fan* pasca-konser. Hasil temuan

menunjukkan bahwa pembuatan dan penyebaran fancam dilakukan sebagai ekspresi dedikasi fan. Penggemar menjadikan fancam sebagai wujud kreatif "pekerjaan keria dan emosional", di mana aktivitas merekam secara selektif (focus-fan member merepresentasikan tertentu) cara mereka menegaskan kedekatan personal dengan idola. Proses ini bersifat bebas aturan (unofficial) dan memungkinkan munculnva narasi visual alternatif di luar tayangan resmi serta sebuah bentuk "arsip ulang" yang sangat berharga bagi komunitas fans.

Para pengunggah tidak hanya sekadar menjadi kurator visual, tetapi juga gatekeeper afeksi, karena mereka memilih momen-momen tertentu yang kemudian memicu resonansi emosional di kalangan penonton lain. Keterlibatan emosional (afeksi) para fans tidak hanya terletak pada kesenangan estetis menyaksikan idol, melainkan juga pada status komunitas. Pengunggah fancam yang kontennya viral memperoleh modal sosial dalam fandom, misalnya seperti jumlah likes, komentar, dan follower. Dengan begitu, aktivitas fancam melampaui sekadar hiburan, ia menjadi sarana mobilisasi identitas kolektif dan penguatan posisi sosial dalam ekosistem fan culture. Di level lebih luas, fenomena yang menegaskan perubahan budaya konsumsi musik dan hiburan, di mana penggemar tidak lagi pasif menonton konser semata, melainkan berperan aktif sebagai co-creator konten.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa unggahan fancam bukan semata-mata rekaman konser, melainkan juga media ekspresi emosional, alat negosiasi kekuasaan

simbolik, dan basis modal sosial di komunitas penggemar. dalam Penelitian ini merekomendasikan agar studi selanjutnya menggali aspek-aspek hukum (seperti hak rekam atau hak kekayaan intelektual), serta dampak jangka panjang dari aktivitas parasosial terutama kaitannya ini. dengan kesehatan mental penggemar dan mekanisme pergeseran monetisasi dalam industri hiburan.

### **Daftar Pustaka**

Champagne, R. (2024). BTS and the Fan-Creator Relationship [Master's thesis, University of Louisiana at Lafayette]. Retrieved from:

https://www.proquest.com/openview/9cd1d3c1e879a66c34b297275 4b38108/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=v

Dai, R. (2022). Analysis of Fan Culture and its Formation Mechanism in the Age of Mass Media. *BCP Education & Psychology*, 7, 138-144. <a href="https://doi.org/10.54691/bcpe">https://doi.org/10.54691/bcpe</a> p.v7i.2626

Fitria, K. (2022). Fans K-Pop dan Isu Sosial: Sebuah Kajian Ethnografi Digital pada Keterlibatan Fandom K-Pop dengan Isu Sosial di Media Sosial. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni, 6(2), 458-469.

> https://doi.org/10.24912/jmishums en.v6i2.16299.2022

Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022).

Parasocial Relationships, Social Media, & Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, 45. 101306.

https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2 022.101306

- Ismail, U., & Khan, M. (2023). K-pop Fans Practices: Content Consumption to Participatory Approach. Global Digital & Print Media Review, VI(II), 238-250. https://doi.org/10.31703/gdp mr.2023(VI-II).16
- Kim, J. (2024). The Value of a Shared Experience: Relationships Between Co-Experience and Identification with Other Audiences Audience and Engagement Behaviors on Social Media. Computers in Human Behavior. *152*. 1-11. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023. 108050
- Lee, Y., & Park, S. (2025). Classifying and Characterizing Fandom Activities: A Focus on Superfans' Posting and Commenting Behaviors in a Digital Fandom Community. *Applied Sciences*, 15(9). 4723. Doi: <a href="https://doi.org/10.3390/app150947">https://doi.org/10.3390/app150947</a>
- Nandakumar, A. (2023). K-Pop Fandom as 'Sub-Visible Culture': Digital Work and Enjoyment in the Precarious Present. Studies in South Asian Film & Media, 15. 27-42.
  - $\frac{\text{https://doi.org/10.1386/safm}\_0006}{8\ 1}$
- Parc, J., & Kim, S. (2020). The Digital Transformation of the Korean Music Industry and the Global Emergence of K-Pop. Sustainability.

  https://doi.org/10.3390/SU12187790
- Sari, R. A., Salsabila, A., Alinda, Y., & Nurhaliza, A. A. (2025). Textual Poaching Dalam Industri Budaya

- K-Pop Oleh Penggemar sebagai Prosumer. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(3), 292-302.
- https://doi.org/10.37329/ganaya.v 8i3.4557
- Shimauchi, S. (2023). Thai Boys Love
  Drama Fandom as A Transnational
  and Trans-Subcultural Contact
  Zone in Japan. *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, 37(3). 81–394.
  Doi:
  - https://doi.org/10.1080/10304312. 2023.2237709
- Song, B., & Choi, M. (2025). From Celebrity Advocacy to Fandom Advocacy: Harness the Power of Participatory Fandom Culture. *Public Relations Review, 51*(1). 1-11. Doi: <a href="http://doi.org/10.1016/j.pubrev.20">http://doi.org/10.1016/j.pubrev.20</a> 24.102538
- Tofani, A. Z. (2023). Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (Konaspol)*, 1, 349-358. <a href="https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2382">https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2382</a>
- Upham, F., Lee, J. H., & Park, S. Y. (2024). Audience Reconstructed: Social Media Interaction by BTS Fans During Live Stream Concerts. *Psychol*, 15. 1-17. <a href="https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1214930">https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1214930</a>
- Zhang, M. (2024). Fandom Image Making and the Fan Gaze in Transnational K-pop Fan Cam Culture. *Transformative Works and Cultures, 42*. <a href="https://doi.org/10.3983/twc.2024.2">https://doi.org/10.3983/twc.2024.2</a> <a href="https://doi.org/10.3983/twc.2024.2">463</a>