

Membangun identitas kelompok melalui fenomena *Fun Walk* Swifties di Indonesia

Ananda Putri Wandika¹, Sarah Febina br Barus², Sofie Meilinda³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Pangandaran, Indonesia

ABSTRAK

Latar belakang: *Fun walk* merupakan salah satu bentuk dari *participatory culture* yang dilakukan oleh komunitas Swifties Indonesia dalam rangka merayakan perilisan album Taylor Swift dan telah ada semenjak tahun 2019. Fenomena *fun walk* terbilang unik karena hanya dilakukan di Indonesia. Kegiatan ini menggabungkan kegiatan olahraga dalam bentuk *car free day*, promosi musik, dan pengalaman kolektif, menjadikannya lebih dari sekadar aktivitas penggemar biasa. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi dan makna dari kegiatan *fun walk* dalam konteks budaya partisipatif dan komunikasi simbolik bagi para peserta (Swifties) yang terlibat dalam kegiatan *fun walk*. **Metode:** Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan data yang berasal dari konten-konten terkait kegiatan *fun walk* pada akun *@swiftiesindonesia* di TikTok dan wawancara kepada Swifties yang pernah mengikuti kegiatan *fun walk*. Adapun Narasumber dipilih dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. **Hasil:** Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *fun walk* tidak hanya memperkuat solidaritas antar anggota komunitas, tetapi juga menjadi sarana untuk mempromosikan karya Taylor Swift. Selain itu, pertukaran *friendship bracelet* menjadi elemen simbolis yang mempererat hubungan emosional antara partisipan. Media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi dan memperluas jangkauan kegiatan ini, hingga menarik perhatian komunitas internasional. Kegiatan *fun walk* di Indonesia mencerminkan dinamika budaya penggemar modern, di mana penggemar tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga aktif dalam menciptakan dan mendistribusikan makna budaya. Tradisi ini juga menegaskan peran komunitas Swifties Indonesia sebagai pelopor dari praktik budaya, yaitu *fun walk* yang kini telah diakui secara global.

Kata-kata kunci: Budaya partisipatif; *fun walk*; komunikasi simbolik; media sosial; Swifties Indonesia.

Building group identity through the Swifties' Fun Walk phenomenon in Indonesia

ABSTRACT

Background: *Fun walk* is a form of *participatory culture* carried out by the Indonesian Swifties community, in order to celebrate the release of Taylor Swift's album and has existed since 2019. This phenomenon is unique because it is only carried out in Indonesia. This activity combines sports on car free days, music promotions, and collective experiences, making it more than just an ordinary fan activity. **Purpose:** This study aims to analyze motivation and meaning of *fun walk* in the context of *participatory culture* and symbolic communication for participants (Swifties) involved in *fun walk* activities. **Methods:** This study was conducted using descriptive qualitative method on content related to *fun walk* activities on *@Swiftiesindonesia* accounts on TikTok and interviews with Swifties participated in the activities. Informants were selected using *purposive sampling* technique. **Results:** The research shows that leisurely walks not only strengthen solidarity between members, but are also an effective means of promoting Taylor Swift's work. In addition, the exchange of friendship bracelets became a symbolic element strengthened the emotional connection between participants. Social media, especially Instagram and TikTok, play important role in disseminating information and expanding the reach of these activities, attracting the attention of the international community. *Fun walks* in Indonesia reflect the dynamics of modern fan culture, where fans are not only passive consumers, but also active in creating and distributing cultural meaning. This tradition also emphasizes the role of the Indonesian Swifties community as a pioneer of cultural practices, namely *fun walks* that now been recognized globally.

Keywords: *Fun walk*; *participatory culture*; social media; Swifties Indonesia; symbolic communication

Untuk mengutip artikel ini:

Wandika, A. P., Barus, S. F. b., Meilinda, S. (2024). Membangun identitas kelompok melalui fenomena *Fun Walk* Swifties di Indonesia. *Comdent: Communication Student Journal*. 2(2), 307-324. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.59826>

Korespondensi: Ananda Putri Wandika. Program Studi Ilmu Komunikasi K. Pangandaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Pangandaran, 46396. Email: ananda22003@mail.unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan musik mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu. Hal ini bisa terjadi karena adanya pengaruh budaya global yang sampai dan dikonsumsi oleh banyak orang di Indonesia (Lainsyamputty, 2021). Industri musik telah berkembang dari era disintermediasi menuju era hiper-intermediasi. Era disintermediasi ditandai dengan jaringan kolaboratif yang muncul melalui berbagai berkas yang disebarkan menggunakan sebuah tautan dari satu individu ke individu lain. Sementara era hiper-intermediasi ditandai dengan hadirnya tempat untuk melakukan *streaming digital* seperti munculnya *Spotify*, *Joox*, dan *Apple Music*. Hadirnya berbagai platform *streaming digital* tersebut kemudian dapat memungkinkan individu untuk menikmati musik tanpa perlu mengunduh berkas MP3 (Ambadar, 2024). Musik memiliki makna yang berbeda bagi setiap individu. Musik dapat menggambarkan sebuah identitas bagi banyak orang. Tak heran banyak orang-orang yang menjadikan musik sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun koneksi dengan orang lain. Bagi banyak komunitas penggemar, musik menjadi salah satu media untuk mempererat hubungan di antara mereka.

Seiring berjalannya waktu komunitas pecinta musik di Indonesia memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengapresiasi idolanya. Perkembangan ini juga mengubah bagaimana cara Swifties di Indonesia mengapresiasi karya-karyanya, bukan hanya sekedar untuk mendengarkan musik, Swifties di Indonesia juga memiliki budaya tersendiri untuk mendukung idolanya untuk terus berkembang di industri musik. Swifties yang merupakan penggemar musik dari Taylor Swift menggunakan musik sebagai media utama untuk membangun identitas kelompok. Salah satu pengaplikasiannya yakni melalui kegiatan *fun walk*. Kegiatan ini melibatkan Swifties yang ada di Indonesia untuk merayakan perilisan album baru Taylor Swift kepada khalayak. Dalam konteks ini, secara tidak langsung musik yang dikaji ke dalam bentuk lain yakni *fun walk* dapat menjadi jembatan sosial yang memperkuat ikatan antar penggemar dan juga idolanya.

Pengikut akun Instagram *@swiftindonesia_* yang merupakan komunitas penggemar Taylor Swift mencapai angka 21,1 ribu pengikut. Jumlah ini tidak hanya mencerminkan kuantitas penggemar, tetapi juga menggambarkan tingginya tingkat partisipasi dan keterlibatan aktif anggota komunitas dalam berbagai kegiatan yang diinisiasi melalui platform media sosial tersebut. Sebagai pusat informasi dan koordinasi, akun ini berperan penting dalam memfasilitasi berbagai bentuk aktivitas penggemar, termasuk *fun walk*, yang menjadi ciri khas Swifties Indonesia. Memiliki keunikan tersendiri, Swifties di Indonesia menjadi sorotan publik perihal fenomena *fun walk* yang hanya dilakukan oleh Swifties Indonesia.

Dalam fenomena ini *fun walk* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Swifties di Indonesia guna merayakan perilisan album Taylor Swift. Orang-orang yang mengikuti kegiatan ini tentunya

merupakan penikmat musik yang sama. Akan tetapi, pada dasarnya kegiatan ini dibuka untuk umum sehingga siapapun dapat bergabung memeriahkan kegiatan ini. Penyelenggara *fun walk* biasanya menyediakan berbagai konsep yang menarik, termasuk menyediakan *dress code* yang sesuai dengan tema, serta properti lain seperti balon, stiker, dan banner. Elemen-elemen visual ini tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman kolektif yang khas. *Dress code* yang seragam misalnya, menciptakan rasa kebersamaan dan identitas visual yang memperkuat ikatan antar anggota komunitas. Properti seperti banner dan stiker yang menampilkan lirik lagu atau simbol-simbol yang berkaitan dengan Taylor Swift juga menjadi media komunikasi visual yang memperkuat narasi bersama dan *sense of belonging* di antara Swifties Indonesia. Melalui kombinasi elemen-elemen ini, *fun walk* berkembang menjadi lebih dari sekadar aktivitas fisik, tetapi menjadi manifestasi budaya partisipatif yang membentuk identitas unik Swifties Indonesia. Semua elemen ini diperhatikan dengan seksama untuk menciptakan kesan yang menyenangkan bagi para pengikutnya. Dengan adanya elemen-elemen tersebut, acara tidak hanya menjadi ajang olahraga, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan kecintaan terhadap musik dan membangun solidaritas di antara Swifties di Indonesia.

Fun walk ini biasanya dilaksanakan di Daerah Ibu Kota Jakarta pada saat *Car Free Day*. Mereka berjalan dari titik awal GBK hingga Bundaran HI dengan melantunkan lagu-lagu ciptaan Taylor Swift di sepanjang jalannya. Lagu adalah bagian dari musik yang dibuat dengan berbagai kata yang dimaksudkan untuk dinyanyikan (Ngadu et al., 2022). Bukan hanya bernyanyi bersama, kegiatan *fun walk* ini juga secara tidak langsung mengajak para pejalan kaki lainnya untuk turut serta mendengarkan musik-musik yang ada di album Taylor Swift dengan membawa banner dengan *barcode* yang berisikan album Taylor Swift. Dengan cara ini, acara *fun walk* tidak hanya menjadi momen perayaan bagi Swifties, tetapi juga berfungsi sebagai ajang promosi yang kreatif untuk memperkenalkan musik Taylor Swift kepada masyarakat yang lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi yang dilakukan Swifties dalam fenomena *fun walk* guna membangun identitas yang kuat dari fandom Taylor Swift. Secara spesifik, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek komunikasi yang terjadi di antara anggota komunitas Swifties selama kegiatan *fun walk*, mulai dari interaksi interpersonal, memaknai komunikasi simbolik yang terkandung di dalam kegiatan *fun walk* hingga peran media sosial selama kegiatan *fun walk* berlangsung. Di dalam penelitian ini media sosial juga memiliki tujuan untuk melihat persepsi publik terhadap komunitas Swifties. Penelitian ini juga akan mengkaji tentang bagaimana elemen-elemen yang ada di dalam kegiatan *fun walk* dapat memberikan ciri yang khas bagi setiap anggota ataupun kegiatan yang di dalamnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh

Swifties di Indonesia dalam konteks fenomena *fun walk*.

KAJIAN PUSTAKA

Budaya partisipatif

Budaya partisipatif atau *participatory culture* merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan pertama kali oleh Henry Jenkins. *Participatory culture* menurut Jenkins (2006) dapat merujuk pada sebuah budaya yang mempunyai hambatan yang relatif rendah dalam membentuk ruang sebagai tempat yang memungkinkan adanya keterlibatan masyarakat, dukungan yang kuat untuk menciptakan serta membagikan kreasi, sarana ekspresi artistik, dan bimbingan informal antara anggota dalam sebuah fandom dimana partisipan yang lebih lama atau lebih berpengalaman akan membagikan pengetahuan mereka tentang berbagai informasi yang berkaitan dengan fandom kepada partisipan baru. Selain itu, dalam konsep *participatory culture*, setiap anggota dalam sebuah *fandom* juga percaya bahwasanya setiap apa yang mereka lakukan itu berharga, memiliki nilai atau dianggap penting. Anggota dalam *fandom* juga saling merasakan dan memiliki tingkat hubungan sosial satu sama lain (Artha et al., 2023).

Terdapat empat bentuk budaya partisipatif menurut Jenkins (2006): (1) Afiliasi, artinya seseorang terlibat dalam keanggotaan formal maupun informal dalam komunitas-komunitas *online* yang ada di berbagai bentuk media, seperti WhatsApp, Instagram, dan lain-lain. (2) *Collaborative Problem Solving*, setiap anggota bekerja sama dalam sebuah komunitas formal atau informal untuk menyelesaikan suatu permasalahan atau dianggap sebagai tugas komunitas serta menciptakan pengetahuan baru. (3) *Circulation* atau sirkulasi (menentukan alur informasi) dalam media baru yang kemudian menciptakan sebuah *trend* atau corak baru. (4) *Expressions* atau ekspresi, melalui pembuatan kreasi baru.

Dalam budaya partisipatif, batas-batas yang ada antara produsen aktif dan konsumen pasif dalam sebuah budaya menjadi *blur* karena baik produsen maupun konsumen telah terintegrasi ke dalam pemain utama dalam arus budaya (Astari et al., 2024). Budaya partisipatif juga telah mendorong para penggemar budaya untuk dapat terlibat secara langsung dalam proses produksi konten serta menyebarkanluaskannya melalui jaringan internet. Hal ini membuat partisipasi yang lebih banyak yang kemudian dapat meningkatkan kedekatan secara emosional antara produsen dan konsumen budaya.

Penelitian terdahulu mengupas bahwa industri musik selalu melibatkan para penggemar untuk melakukan pemasaran (Bengtsoon & Edlom, 2023). Dalam menjelaskan bahwa kita dapat memahami bagaimana industri musik populer, khususnya dalam kasus perilisan album 'Reputation' oleh Taylor Swift, memanfaatkan kampanye pemasaran transmedia sebagai alat

untuk meningkatkan keterlibatan penggemar. Kampanye transmedia ini melibatkan penggunaan berbagai saluran media seperti media sosial, website resmi, acara langsung, merchandise, dan bahkan pengalaman interaktif untuk menciptakan pengalaman yang menyeluruh dan mendalam bagi para penggemar Taylor Swift.

Fandom

Fandom merupakan sebuah istilah yang merujuk pada sekumpulan individu dalam sebuah komunitas yang berinteraksi satu sama lain, baik dengan sesama anggota komunitas maupun dengan produsen budaya. Ohmann (1996) mengartikan *fandom* sebagai suatu pengalaman budaya yang telah melahirkan kebiasaan khalayak dalam minat atau kebutuhan bersama. Mulyana, et al. (2024) menyebutkan Fandom merupakan kumpulan individu yang memiliki keyakinan emosional yang mendalam dan positif mengenai sesuatu atau seseorang yang terkenal. Dalam konteks budaya populer, *fandom* tidak hanya dianggap sebagai sebuah penggemar biasa, tetapi juga dianggap sebagai bentuk komodifikasi budaya dimana para penggemar dalam sebuah *fandom* dapat berkontribusi terhadap proses produksi serta distribusi media yang dipasarkan sebagai sebuah produk budaya. Dalam konteks komodifikasi *fandom* Swifties sebagai salah satu fandom besar dan terkenal, para fandom tidak hanya mengonsumsi produk budaya, seperti musik yang diciptakan oleh Taylor Swift, tetapi juga mengonsumsi berbagai hal yang berhubungan dengan Taylor Swift seperti melakukan aktivitas sosial bahkan menonton konser Taylor Swift secara langsung, membeli *merchandise* atau barang-barang lainnya. Komodifikasi *fandom* melibatkan ikatan emosional yang terjalin antara produsen budaya dengan konsumen untuk menciptakan pasar lain di luar produk budaya itu sendiri.

Teori identitas sosial

Teori identitas sosial atau *social identity theory* menurut Tajfel (1978) dapat diartikan sebagai kesadaran individu atas keanggotaannya dalam sebuah kelompok berdasarkan proses afektif dan kategorisasi yang berkaitan dengan kelompok tersebut. Ikatan emosional yang terjalin antara individu dalam sebuah kelompok juga turut membentuk identitas sosial di suatu kelompok (Pramesti & Mesra, 2023). Dalam sebuah komunitas, identitas sosial seseorang sering kali dikaitkan dengan identitas kelompok yang kemudian menciptakan anonimitas. Ketika seseorang bergabung dalam sebuah kelompok atau komunitas, mereka cenderung lebih suka dilihat sebagai kesatuan dari kelompok tersebut, bukan sebagai individu. Bagi anggota, anonimitas dapat meningkatkan keberartian kelompok karena mereka akan lebih merasa saling memiliki satu sama lain (Muslimah et al., 2023). Identitas sosial merupakan bagian dari konsep diri individu, berasal dari pengetahuannya selama berada dalam kelompok sosial tertentu dengan disertai internalisasi nilai-nilai, emosi, partisipasi, rasa peduli dan bangga sebagai anggota kelompok tersebut (Rumdana, et al., 2023).

Identitas sosial menurut Feitosa et al. (2012) terdiri dari tiga dimensi, antara lain: (a) Kategorisasi (*categorization*), adalah segala hal yang berkaitan dengan sisi kognitif atau pengetahuan tentang bagaimana pandangan individu sebagai anggota dalam kelompok terhadap kelompoknya. Dimensi kategorisasi terdiri dari kategorisasi diri dalam hubungannya dengan anggota kelompok dan kategorisasi diri dalam hubungannya dengan kelompok, (b) Rasa kepemilikan (*sense of belonging*), ditandai dengan komitmen serta rasa kepemilikan yang tinggi yang dimiliki oleh anggota kelompok. *Sense of belonging* adalah bagian dari aspek afektif dari identitas sosial, (c) Sikap positif (*positive attitude*), berkaitan dengan sikap individu terhadap kelompoknya yang juga berhubungan dengan nilai serta perasaan yang diperoleh individu dalam keanggotaannya pada kelompok tersebut.

Dalam hal ini, keterkaitan antara teori identitas sosial dengan *fandom* Taylor Swift, yaitu *Swifties* adalah tentang bagaimana setiap individu yang ada dalam *fandom* tersebut mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari komunitas sosial. Mereka membangun identitas secara kolektif melalui dukungan terhadap nilai-nilai yang diperjuangkan oleh Taylor Swift seperti kemanusiaan, kesetaraan, dan nilai-nilai sosial lainnya. Para anggota komunitas juga saling terhubung satu sama lain melalui media sosial untuk memperkuat rasa solidaritas mereka.

Teori interaksi simbolik

Teori interaksi simbolik dikembangkan pada tahun 1920-1930 an, berfokus pada interaksi sebagai “unit sentral” teori (Mead, 2015). Teori ini berasumsi bahwa individu sebagai pelaku komunikasi pada dasarnya bersifat aktif, kreatif dan reflektif dalam menampilkan dan menafsirkan setiap perilaku atau pesan yang kompleks yang menolak pernyataan bahwa individu sebagai pelaku komunikasi bersifat pasif dimana perilakunya dipengaruhi oleh struktur atau kekuatan yang berada di luar diri individu (Nugroho, 2021).

Dalam teori interaksi simbolik (Mead, 2015) terdapat beberapa konsep penting, antara lain: (a) pikiran atau *mind*, merupakan sebuah proses yang terbentuk dari interaksi sosial. *Mind* atau pikiran memiliki kemampuan untuk menganalisis makna-makna dari setiap interaksi yang dilakukan. Oleh karenanya, pikiran digunakan untuk menunjukkan makna dari simbol-simbol yang dihasilkan oleh pikiran, seperti bahasa (Pratama & Adim, 2022). Dalam konteks *Swifties*, konsep *mind* dapat merujuk pada ketertarikan yang dimiliki oleh individu terhadap musik-musik Taylor dan apapun yang berkaitan dengan Taylor Swift. Mereka akan melakukan pencarian makna serta pengalaman terhadap simbol-simbol yang berkaitan dengan Taylor Swift. Salah satunya adalah kata *Swifties*, dimana mereka memiliki pemahaman yang sama tentang *Swifties*. Mereka mengatakan bahwa *Swifties* merupakan *fandom* yang terdiri dari sekelompok orang yang mengidolakan Taylor Swift, termasuk lagu-lagunya. Mereka kemudian akan memperkaya simbol-simbol lain yang ada pada *mind* mereka dengan cara mencari tahu berbagai hal yang dapat mereka lakukan sebagai seorang *Swifties*, (b) diri atau *self*,

konsep diri (*self*) merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk menjadi objek bagi dirinya. Ini berkaitan dengan bagaimana seorang individu dapat mengambil peran dari individu lain dalam sebuah kelompoknya. Selanjutnya, individu akan menginternalisasikan nilai-nilai dan norma yang dianut kelompoknya ke dalam dirinya (Pratama & Adim, 2022). Konsep *self* terjadi ketika mereka yang memiliki ketertarikan kepada Taylor Swift, menjadi seorang *Swifties*, hingga mengakui bahwa dirinya merupakan seorang *Swifties*, (c) masyarakat atau *society*, konsep masyarakat atau *society* dapat berarti sebagai sebuah sistem interaksi sosial tempat individu menempatkan makna terhadap apa yang mereka lakukan berdasarkan simbol-simbol yang dipahami serta dianut oleh individu tersebut. *Society* akan mempengaruhi proses pembentukan simbol, sifat hingga karakter setiap individu (Pratama & Adim, 2022). Dalam kaitannya dengan *Swifties*, *society* diartikan sebagai tempat bagi para *Swifties* dalam melakukan interaksi, pembentukan simbol, hingga identitas.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan dua metode utama dalam proses pengumpulan data. Pertama, konten media sosial pada akun TikTok *@swiftindonesia_* yang berkaitan dengan fenomena *fun walk*. Kedua, wawancara dengan para *Swifties* untuk menggali pengalaman dan motivasi mereka dalam mengikuti kegiatan tersebut.

Penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang dapat menjelaskan sebuah fenomena secara detail. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bersifat deskriptif sehingga penelitian ini tidak melibatkan data berupa angka-angka. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang secara umum digunakan pada bidang-bidang keilmuan sosial dan budaya yang berkaitan dengan perilaku manusia serta makna yang terkandung di dalam perilaku tersebut yang sulit untuk diukur dengan angka-angka (Saputra et al., 2023). Data berupa konten didapatkan melalui pengamatan unggahan di akun TikTok *@swiftiesindonesia_* selama periode September hingga Agustus 2024, dengan fokus pada 22 video yang secara spesifik menampilkan kegiatan *fun walk* dan 1 konten *fun walk* yang diunggah pada akun Instagram *@style_1989* pada tanggal 29 Oktober 2023. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, memungkinkan peneliti untuk dapat mengeksplor dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman serta motivasi para penggemar Taylor Swift dalam mengikuti kegiatan *fun walk*.

Metode penelitian yang pertama, yakni analisis pada konten media sosial yang dilakukan pada akun *@swiftindonesia_* di aplikasi TikTok. Analisis konten merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menyimpulkan suatu konten dengan melakukan identifikasi terhadap karakteristik khusus yang terkandung didalam sebuah pesan, dapat berupa informasi, komunikasi,

buku, surat kabar, iklan, atau objek lainnya yang terdokumentasikan secara sistematis, generalis dan objektif (buku ragam analisis data, 18). Dalam hal ini, konten-konten *fun walk* merupakan konten yang memiliki karakteristik khusus dimana analisis dilakukan hanya terhadap konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan *fun walk* yang dilakukan di Indonesia, termasuk komentar serta interaksi digital lainnya yang terjadi pada konten *fun walk*. Tujuan dilakukannya analisis konten adalah agar dapat memudahkan peneliti dalam memberikan gambaran dan pandangan terhadap fenomena *fun walk*. Melalui analisis konten, peneliti dapat secara mudah mengamati dan menganalisis bentuk komunikasi yang ada dalam fenomena tersebut melalui video, komentar, dan interaksi digital lainnya.

Agar lebih komprehensif, maka ditambahkan dengan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara. Wawancara merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti melakukan interaksi langsung dengan narasumber. Dalam melakukan wawancara, informasi yang didapatkan harus sebebaskan mungkin dari bias. Bias dapat diartikan sebagai ketidakakuratan atau kesalahan informasi yang diterima (Rahman et al., 2022). Secara sederhana, bias dapat dikatakan ketika informasi yang disampaikan tidak bersifat objektif. Sementara wawancara yang dilakukan melalui interaksi secara langsung, digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menggali secara mendalam terkait motivasi, dan pengalaman *fun walk* dalam membangun identitas dan solidaritas diantara anggota fandom Swifties. Melalui wawancara, peneliti menggali informasi yang tidak tampak di media seperti motivasi, pengalaman pribadi dan kaitannya dalam komunitas itu sendiri.

Dalam penelitian ini, target narasumber peneliti adalah Swifties yang berada di Indonesia. Pencarian narasumber dilakukan peneliti melalui akun *@Swiftiesindonesia_* pada platform TikTok dengan cara melihat dan menghubungi akun-akun yang mengikuti akun *@Swiftiesindonesia_*. Para narasumber dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu, narasumber merupakan Swifties yang berada di Indonesia dan pernah terlibat secara langsung dalam kegiatan *fun walk* yang dilakukan di Indonesia. Dari pencarian yang dilakukan pada akun TikTok *@swiftieindonesia_*, didapatkan enam orang yang memenuhi kriteria dan menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Selanjutnya, dalam mengolah data yang dihasilkan dari analisis konten, tahap pertama yang peneliti lakukan adalah dengan menetapkan objek yang akan diteliti. Kemudian tahap selanjutnya adalah melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan pemilihan data dengan cara mengeliminasi data-data yang tidak sesuai dengan kebutuhan peneliti. Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada pola interaksi antar penggemar selama kegiatan, simbol-simbol dan atribut yang digunakan selama kegiatan *fun walk* berlangsung. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, selanjutnya peneliti melakukan analisis secara mendalam terhadap data yang ditemukan.

Sementara dalam metode wawancara, terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mengolah data, diantaranya: (1) membuat rekaman ketika wawancara. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan interpretasi ketika melakukan analisis data. (2) membuat lembar transkrip wawancara sebagai dasar yang dapat mempermudah analisis secara mendalam yang akan dilakukan oleh peneliti. (3) melakukan analisis mendalam serta interpretasi makna terhadap informasi yang didapatkan.

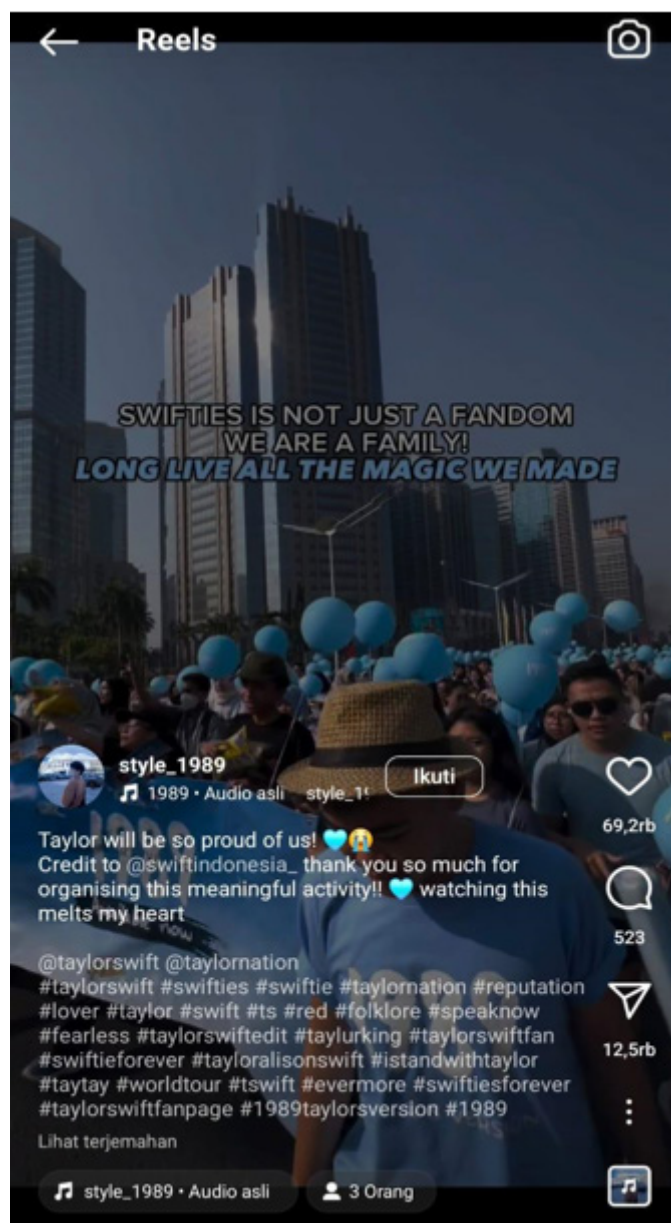
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tradisi *fun walk* ini dilakukan setiap Taylor Swift merilis album barunya. Ia berhasil mengubah lanskap musik pop dengan menggabungkan elemen-elemen country, pop, dan bahkan rock ke dalam musiknya (Ortega, 2023). Sejak tahun 2019 hingga sekarang, sudah ada lima kali kegiatan yang telah dilaksanakan. *Fun walk* pertama diadakan pada tanggal 25 Agustus 2019 dalam rangka merayakan perilisan album '*Speak Now*'. *Fun walk* kedua diadakan pada tanggal 21 Oktober 2022 dalam rangka merayakan perilisan album '*Midnights*'. *Fun walk* ketiga diadakan pada tanggal 16 Juli 2023 dalam rangka merayakan perilisan album '*Speak Now*'. *Fun walk* keempat diadakan pada tanggal 29 oktober 2023 dalam rangka merayakan perilisan album '*1989 (Taylor's Version)*'. *Fun walk* kelima yang baru diadakan di tahun ini dilaksanakan pada tanggal 21 April 2024 dalam rangka merayakan perilisan album '*The Tortured Poets Department*'. Kelima kegiatan tersebut dilaksanakan di Jakarta bertepatan dengan *car free day*.

Hasil data dari wawancara seorang Swifties menunjukkan bahwa fenomena *fun walk* ini selain untuk merayakan perilisan album Taylor Swift tetapi juga untuk mempromosikan lagu kepada masyarakat banyak, entah itu promosi langsung atau melalui media sosial dan kegiatan ini berhasil untuk memberikan pengetahuan kepada para pendengar tentang lagu-lagu yang ada di dalam album yang mereka putar tersebut. Tim manajemen Taylor Swift (Taylor Nation) dan Taylor Swift sendiri mendorong para penggemar untuk turut berpartisipasi dan meramaikan dari album-albumnya yang dirilis (Rossman, 2022). Menurut narasumber, kegiatan ini biasanya dihadiri oleh lebih dari 100 partisipan dimana mereka mendaftarkan diri kepada pihak penyelenggara. Hal tersebut dilakukan agar pihak penyelenggara dapat lebih mudah mengorganisir kegiatan tersebut. Mereka berjalan beriringan dari satu titik ke titik lain sembari menyanyikan lagu-lagu yang ada di album. Barisan pertama biasanya membawa banner yang berisikan tentang informasi mengenai album dari kegiatan itu sendiri dengan mencantumkan *barcode* yang bisa membawa siapapun yang mengaksesnya masuk ke laman musik daripada album itu sendiri.

Ketika mengikuti kegiatan *fun walk*, para Swifties memiliki berbagai motivasi yang berbeda. Adapun motivasi Swifties dalam melakukan kegiatan ini adalah sebagai salah satu bentuk nyata

mereka dalam mendukung Taylor Swift, “*karena sebagai tanda mendukung Swifties Indonesia agar di notice Taylor Swift*”. Mereka juga berharap apa yang mereka lakukan dapat diketahui oleh idola mereka. Hasil penelitian Zafina & Sinha (2024) menyatakan bahwa kepribadian idola di media sosial memiliki peran yang penting dalam menumbuhkan rasa ketertarikan penggemar untuk melakukan interaksi dengan mereka. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa Swifties menganggap Taylor Swift sebagai seseorang yang tulus serta otentik yang dilihat dari bagaimana Taylor Swift menampilkan dirinya dengan apa adanya dalam sosial media. Hal ini kemudian yang menjadikan eratnya hubungan yang terjalin antara Taylor dengan penggemarnya. Selain memberi dukungan, motivasi narasumber dalam mengikuti kegiatan *fun walk* adalah karena mereka merasa bahwa *fun walk* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif olahraga yang menyenangkan karena dilakukan sambil bernyanyi bersama.



Sumber: Instagram @style_1989, 2023

Gambar 1 Postingan ulang @style_1989 terkait fenomena fun walk Swifties Indonesia



Sumber: Instagram @style_1998, 2023

Gambar 2 Kumpulan respon masyarakat luar negeri terhadap fenomena fun walk Swifties Indonesia

Keseruan juga turut mereka rasakan karena bertemu dengan banyak Swifties dari berbagai daerah sehingga akan menambah relasi dan ikatan sesama Swifties. Beberapa diantara mereka juga senang mengikuti kegiatan ini karena *vibes* yang tercipta di dalamnya sangat menyenangkan. Hal ini dapat memberikan suasana yang erat diantara para Swifties yang mengikutinya. Menyanyi bersama bisa membuat mereka mengekspresikan emosinya. Selain itu, beberapa di antara mereka juga memiliki alasan lain dalam mengikuti kegiatan ini, yakni membuat konten mengenai kegiatan *fun walk* dengan tujuan supaya aktivitas atau kegiatan ini dapat dikenal tak hanya di Indonesia tetapi di penjuru dunia. Hal ini terbukti di mana salah satu postingan mengenai *fun walk* di Instagram telah diposting ulang oleh akun fanbase Swifties dunia yaitu @style_1989.

Mengingat bahwa fenomena ini hanya dilakukan oleh Swifties Indonesia, respon menarik muncul dari berbagai negara. Beberapa di antara mereka mengharapkan bahwa kegiatan *fun walk* dapat terjadi di tempat atau negara mereka juga. Hal ini mencerminkan dinamika *participatory culture* di mana penggemar tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan kelompok aktif yang mampu menciptakan, mendistribusikan, dan mentransformasi praktik budaya ke mata dunia.

Bagi narasumber, mengikuti kegiatan *fun walk* meninggalkan kesan yang sangat menyenangkan. Hal tersebut terlihat dari jawaban narasumber yang menyatakan bahwa mereka sangat senang dan antusias ketika mengikuti *fun walk*, "*happy, sangat excited*". Salah satu dari narasumber juga merasa bahwa kegiatan *fun walk* selalu sempurna, "*bagus banget, semuanya perfect*". Menurut narasumber, kesempurnaan dalam kegiatan tidak terlepas dari *effort* yang diberikan oleh seluruh partisipan. Karena dalam kegiatan *fun walk* mereka tidak hanya fokus pada kegiatan utamanya, tetapi juga pada *outfit* yang akan mereka gunakan ketika kegiatan tersebut berlangsung. Para peserta kegiatan *fun walk* akan menggunakan *outfit* yang sesuai dengan tema dimana tema yang diusung di setiap kegiatan akan berbeda-beda, disesuaikan dengan album yang dirilis, "*karena ada*

*temanya sesuai album jadi saya siapin outfit yang sesuai teman nya". Momen mempersiapkan outfit tersebut, selain memberikan kesenangan, juga menantang tingkat kreativitas para Swifties, seperti dalam pemilihan warna-warna yang sesuai dengan tema serta penggunaan atribut atau aksesoris lainnya yang sesuai. Seluruh narasumber juga merasa setuju bahwa *outfit* serta atribut yang mereka gunakan dapat membantu menciptakan suasana yang menyenangkan serta mendukung kegiatan *fun walk*.*

Di dalam kegiatan *fun walk* yang dilakukan, juga terdapat komunikasi yang terjadi secara simbolik. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, dalam setiap kegiatan *fun walk* tentunya memiliki tema yang berbeda-beda, dan tentunya dengan ornamen dan warna yang berbeda. Tema ini memiliki makna dan simbol khusus tentunya. Simbol adalah arti yang terbentuk melalui pertukaran pesan antara satu kelompok kepada kelompok lain. Salah satu contohnya adalah pada perayaan album *1989 (Taylor's Version)*, ornamen atau properti yang mereka gunakan serentak berwarna biru muda. Dimulai dari banner, *dresscode*, balon, bahkan merchandise lainnya kompak berwarna biru muda untuk tema *1989 (Taylor's Version)*.



Sumber: TikTok @Swiftiesindonesia_, 2023

Gambar 3 Fun walk perayaan album *1989 (Taylor's Version)*

Hal ini dilakukan selain untuk membuat Swifties terlihat kompak, tetapi juga untuk menarik perhatian banyak orang di sekitarnya. Dalam penelitian ini, setiap kegiatan *fun walk* tidak hanya sekedar pergerakan massa, melainkan konstruksi visual yang sengaja dirancang untuk mengkomunikasikan identitas dan solidaritas. Secara internal, hal ini berfungsi untuk membangun solidaritas dan rasa kebersamaan antar anggota komunitas Swifties. Secara eksternal, hal ini bertindak sebagai penyampaian pesan terhadap identitas kelompok yang mampu menarik perhatian banyak orang. Hal ini sejalan dengan konsep budaya partisipatif di mana kelompok menciptakan ruang untuk partisipasi dengan hambatan rendah, di mana simbol-simbol digunakan untuk membangun identitas kelompok. Selain itu menurut pencetus Teori Interaksi Simbolik menyatakan bahwa *“manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol, dan individu bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam situasi tertentu”* (Yohana & Saifulloh, 2019). Artinya bahwa dalam penelitian ini, Swifties mampu menciptakan pertukaran simbol-simbol tersebut, mereka dapat mengekspresikan rasa cintanya terhadap musik dan menciptakan rasa persatuan di antara sesama Swifties, serta memperkuat makna sosial yang terkait dengan pengalaman fandom mereka.

Kegiatan *fun walk* merupakan salah satu kegiatan yang berharga bagi para penggemar Taylor Swift karena dengan mengikuti kegiatan *fun walk* para penggemar setuju bahwa mereka dapat saling mempererat hubungan dengan penggemar lainnya. Para penggemar tidak hanya berjalan dari satu titik ke titik lain sambil menyanyikan lagu-lagu Taylor Swift, tetapi juga mereka saling berbagi cerita, pengalaman, serta hal lainnya. Sama halnya dengan apa yang disampaikan oleh salah satu narasumber yang mengatakan bahwa, *“sangat mempererat, bahkan aku punya banyak banget temen Swifties, yang awalnya kalau di daerah sendiri itu introvert parah tapi pas ketemu Swifties kita bisa share banyak hal tentang Taylor”*. Selain kegiatan utama, sesi bertukar *friendship bracelet* juga menjadi salah satu bagian dari acara tersebut yang dapat mempererat hubungan antar penggemar.

Bertukar *friendship bracelet* juga merupakan salah satu bagian yang paling ditunggu-tunggu oleh Swifties ketika mengikuti *fun walk*. *Friendship bracelet* ini dapat dimaknai dengan simbol persahabatan bahkan kekeluargaan sesama Swifties. Secara tidak langsung mereka yang melakukan kegiatan *friendship bracelet* ini mengakui bahwa dirinya merupakan seorang Swifties. Pertukaran *friendship bracelet* dalam komunitas Swifties Indonesia merepresentasikan konsep *“self”* menurut teori interaksionisme simbolik Mead. Konsep *“society”* juga dapat terlihat dalam kegiatan ini karena pertukaran bracelet menciptakan pemahaman bersama tentang nilai dan makna dalam komunitas Swifties Indonesia.

Para penggemar biasanya akan membawa sebuah gelang yang terbuat dari manik-manik

berwarna warni yang kerap kali pada gelang tersebut disertakan huruf yang membentuk sebuah kata. Biasanya kata tersebut terinspirasi dari lirik lagu Taylor Swift yang bermakna bagi penggemarnya atau simbol-simbol yang berhubungan dengan Swifties. Gelang yang dibuat khusus, seringkali dengan inisial atau kata-kata yang berkaitan dengan Taylor Swift atau albumnya, menjadi simbol visual yang menunjukkan bahwa pemakainya adalah bagian dari komunitas penggemar Taylor Swift. Pertukaran *friendship bracelet* ini dilakukan oleh sesama Swifties yang mengikuti kegiatan *fun walk*, biasanya dilakukan di sepanjang kegiatan atau secara fleksibel, sebelum acara dimulai, ketika *fun walk*, ketika mereka melakukan istirahat atau ketika acara telah selesai. Bertukar *friendship bracelet* di antara Swifties bukanlah sekadar kegiatan menyenangkan, tetapi juga memiliki makna yang lebih dalam terkait dengan pembentukan identitas sosial, ekspresi diri, dan penguatan ikatan komunitas.

Motivasi lain yang dimiliki penggemar dalam menyelenggarakan dan mengikuti kegiatan *fun walk* adalah untuk mempromosikan Taylor Swift dan lagu-lagunya kepada masyarakat secara luas. Para penggemar percaya, kegiatan *fun walk* merupakan kegiatan yang sesuai untuk mempromosikan hal tersebut. Hal itu diyakini karena selain berjalan sambil bernyanyi, biasanya mereka juga akan membawa speaker sehingga lagu tersebut akan lebih terdengar oleh banyak orang. Namun, meskipun mereka yakin akan keberhasilan *fun walk* dalam mempromosikan Taylor Swift dan juga lagu-lagunya, di sisi lain narasumber juga merasa bahwasanya keberhasilan itu mungkin saja tidak terjadi. Karena pada kenyataannya, tidak semua masyarakat bisa menerima kegiatan yang mereka lakukan. Akan selalu ada orang yang tidak menyukai *event* tersebut dan justru malah menghujat para Swifties. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh salah satu narasumber yang mengatakan bahwa, “ *mungkin, karena terkadang ada saja yang tidak menyukai event fun walk Taylor Swift dan malah men-hujat*”. Pada salah satu postingan TikTok @swiftindonesia_ mengenai kegiatan *fun walk* terdapat *hate comment* yang menyakitkan hati. Komentar tersebut menyerang penampilan fisik peserta dan hinaan terhadap penyelenggara acara. Seperti komentar ‘*yang cowok kenapa pada slay semua sih?*’ pada postingan tiktok @swiftindonesia_ yang diunggah pada tanggal 21 April 2024. Selain itu, komentar seperti ‘*lagian ngapain sih*’ mencerminkan rasa intoleran terhadap budaya populer dan menunjukkan ketidakpedulian terhadap minat dan kesenangan orang lain. Dengan mengatakan “ngapain sih”, mereka secara tidak langsung merendahkan aktivitas atau budaya tersebut, seolah-olah itu tidak bernilai atau tidak penting. Komentar tersebut menjadi cerminan dari kondisi sosial masyarakat Indonesia yang belum mampu menerima keberagaman yang ada di sekeliling mereka. Meskipun begitu, Hujatan dan kritik eksternal tidak menggerus loyalitas Swifties terhadap Taylor Swift. Swifties justru saling menguatkan bahwa identitas mereka sebagai penggemar Taylor Swift adalah pilihan yang valid.

Media sosial menjadi penting dalam hal ini supaya komunitas Swifties dapat berkoordinasi dengan lebih efektif, membagikan informasi dengan cepat, dan membangun antusiasme kepada khalayak umum (Nabila, 2022). Melalui platform seperti Instagram dan TikTok, informasi mengenai jadwal *fun walk*, *dress code*, tema acara, serta lokasi pertemuan dapat disebarkan dengan luas dan cepat. Dalam hal ini Instagram dan juga Tiktok mampu menampilkan dokumen visual dan narasi yang dapat menciptakan ruang interaksi di Media sosial juga memungkinkan para penggemar untuk saling berbagi pengalaman, foto, dan video dari kegiatan *fun walk*, yang pada gilirannya dapat menarik minat lebih banyak Swifties untuk bergabung pada agenda selanjutnya. Para narasumber juga mengakui bahwa info yang mereka dapat mengenai kegiatan *fun walk* ialah dari sosial media. Secara spesifik sosial media yang banyak disebutkan adalah Instagram. Mereka berpendapat bahwa sosial media merupakan sumber dari segala sumber informasi, dalam hal ini adalah mengenai kegiatan *fun walk*. Seluruh narasumber menyatakan bahwa mereka mengetahui acara tersebut melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Media sosial memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi informasi, merencanakan pertemuan, dan memperluas jaringan komunitas Swifties. “*Karena jaman sekarang all informasi dari digital dan mendapatkan informasi dengan mudah,*” ungkap salah satu peserta. Media sosial juga menjadi sarana bagi anggota komunitas Swifties untuk tetap terhubung, mendiskusikan kegiatan, dan mengorganisir acara serupa di masa depan.

Media sosial juga menjadi alat untuk mengenalkan *fun walk* ke mata dunia. *Fun walk* yang dilakukan oleh Swifties ini bukan hanya sekedar kegiatan berjalan bersama. Ini merupakan manifestasi dari kreativitas, solidaritas, dan semangat kolektif para Swifties yang berhasil mengubah aktivitas sederhana menjadi praktik budaya yang dikenal hingga tingkat internasional. Media sosial menjadi sebuah perantara bagi Swifties Indonesia untuk memperlihatkan ikatan solidaritas mereka ke mata dunia. Berkat media yang mudah diakses dan dapat menjangkau audiens secara luas, individu dapat berkumpul dalam suatu komunitas virtual untuk berkolaborasi dan berpartisipasi dalam aktivisme digital dengan mudah (Muthmainnah, et al., 2024).

Dengan berbagai elemen simbolik, pengalaman emosional, dan dukungan media sosial, *fun walk* menjadi salah satu contoh bagaimana budaya penggemar dapat menciptakan hubungan yang jauh melampaui sekedar penggemar terhadap seorang artis. Media sosial menciptakan pola komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih mendalam (Mutiah et al., 2023). Di platform ini, publik, termasuk pengikut atau penggemar, memiliki kebebasan untuk mengekspresikan berbagai hal yang ingin mereka sampaikan (Suryani, 2014). Media sosial telah merevolusi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Platform-platform ini tidak hanya memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, tetapi juga memfasilitasi interaksi yang lebih

mendalam dan personal. Hal ini sejalan dengan temuan Bucher dan Helmond dalam (Bengtsoon & Edlom, 2023) menyatakan bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh platform media sosial membuat kita lebih mudah untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Interaksi yang sering terjadi di dalam komunitas ini kemudian membentuk kebiasaan dan tren baru yang diikuti oleh banyak orang.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian mengenai fenomena *fun walk* yang dilakukan oleh Swifties Indonesia dapat terlihat bahwa peran budaya partisipatif dapat memperkuat identitas sosial dan solidaritas komunitas fandom. Terlihat dari adanya kegiatan *fun walk* yang dapat membuat Swifties menjadi kelompok penggemar yang memiliki solidaritas tinggi. Banyaknya partisipasi dari berbagai daerah untuk kegiatan tersebut dapat memperluas relasi mereka sehingga menciptakan ikatan yang kuat satu sama lain. Melalui analisis mendalam terhadap narasi di media sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa *fun walk* bukan sekadar kegiatan rekreasi, melainkan sebuah bentuk ekspresi diri, solidaritas, dan identitas komunitas penggemar. Kegiatan ini juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan musik Taylor Swift kepada orang-orang yang mungkin belum familiar dengan karya-karyanya, sehingga mendorong mereka untuk mendengarkan album terbarunya. Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana interaksi interpersonal dan komunikasi simbolik dapat memperkuat solidaritas dan identitas sosial melalui aktivitas partisipatif.

Media sosial, terutama Instagram dan TikTok, memainkan peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan *fun walk*, baik di tingkat nasional maupun internasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga berperan sebagai katalisator dalam memperkuat budaya partisipatif Swifties. Platform-platform media sosial memungkinkan penggemar dari berbagai belahan dunia untuk terhubung, berbagi pengalaman, dan menciptakan simbol-simbol bersama yang menjadi identitas komunitas mereka. Perlu diketahui bahwa fenomena *fun walk* yang dilakukan Swifties Indonesia ini hanya dilakukan di Indonesia. Sehingga dalam hal ini media sosial dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan kegiatan Swifties untuk dipamerkan ke mata dunia. Informasi mengenai acara ini dapat dengan cepat tersebar melalui platform-platform tersebut, menjadikannya tidak hanya sebagai perayaan album Taylor Swift, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi budaya penggemar yang melibatkan kolaborasi aktif antara penggemar dan media. Selain itu, *fun walk* mencerminkan tren baru dalam budaya pop, di mana penggemar tidak hanya sekedar mendukung idola mereka, tetapi juga terlibat dalam penciptaan pengalaman kolektif yang menghubungkan penggemar satu sama lain melalui simbol-simbol dan aktivitas yang bermakna.

Meskipun penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai budaya partisipatif Swifties dalam konteks *fun walk*, namun terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah narasumber yang terbatas dapat membatasi generalisasi hasil penelitian. Kedua, fokus penelitian yang terpusat pada media sosial tertentu dapat mengabaikan dimensi lain dari budaya partisipatif Swifties yang mungkin terjadi di platform-platform lain. Saran dari penulis untuk penelitian mendatang, yakni perlu dilakukan penelitian dengan melibatkan jumlah narasumber yang lebih besar dan beragam untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai budaya partisipatif Swifties. Lalu pendekatan kuantitatif dapat dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data yang lebih objektif dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, A. M. (2024). Swifties experience: Examining Taylor Swift The Eras Tour (2023) movie as concert mediatization. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 520–536. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i3.8381>
- Artha, L. P., Ratnasari, A., & Kurniadi, O. (2023). Participatory culture communication in the preservation of Sundanese manuscripts. *JSRET (Journal of Scientific Research, Education, and Technology)*, 2(3), 1327–1336. <https://doi.org/10.58526/jsret.v2i3.229>
- Astari, D. W., Pela Agustina, D., Nurusaadah, E., Ilmu Komunikasi, P., Ekonomi, F., & Sosial, D. (2024). Symbolic reality construction of the k-pop community on Twitter. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13(1), 152–168. <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/3871#!>
- Bengtsoon, L. R., & Edlom, J. (2023). Commodifying participation through choreographed engagement: the Taylor Swift case. *Arts and the Market*, 13(2), 65–79. <https://doi.org/10.1108/AAM-07-2022-0034>
- Feitosa, J., Salas, E., & Salazar, M. R. (2012). Social identity: Clarifying its dimensions across cultures. *Psychological Topics*, 21(3), 527–548. <https://psycnet.apa.org/record/2013-03108-008>
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: NYU Press.
- Lainsyamputty, N. P. A. (2021). Konstruksi identitas dan relasi interpersonal oleh roleplayer artis K-Pop di Twitter. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 197–213. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3218>
- Mead, G. H. (2015). *Mind, self, and society: The definitive edition*. . University of Chicago Press.
- Mulyana, D., Qonitah, A., & Salsabila, S. A. (2024). Bentuk budaya partisipasi: Studi deskriptif pada fandom bobotoh. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(1), 120–137. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i1.51939>
- Muthmainnah, S., Dewi, E. A. S., & Adiputra, A. V. (2024). Dinamika komunikasi kelompok fandom ARMY Indonesia dalam melakukan aktivisme digital. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(2), 389–405. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.50572>
- Mutiah, M. T., Fajar, A., Pane, I. A., Nurdiansyah, C., & Rafiq, A. (2023). Komodifikasi fandom Blackpink di Indonesia. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(2), 425–432. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i2.986>
- Muslimah, I. H. P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). Identitas sosial dan perilaku prososial pada anggota fandom K-Pop. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(1), 310–320. <https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21061>
- Nabila, N. M. (2022). Media sosial dalam lanskap masyarakat industri dan kaitannya dengan budaya populer. *Publiciana*, 15(01), 28–37. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v15i01.376>

- Ngadu, D., Putu, D., Pratiwi, E., Dian, K., & Candra, P. (2022). Uncovering the meanings of figurative language used in selected Taylor Swift songs. *Litera Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 8(1), 23-29. <https://doi.org/10.36002/litera.v8i1.1750>
- Nugroho, A. C. (2021). Teori utama sosiologi komunikasi (fungsionalisme struktural, teori konflik, interaksi simbolik) main theory of sociology communication (structural functionalism, conflict theory, symbolic interaction). *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*. 2(2). 185-194. <https://jkd.komdigi.go.id/index.php/mkm/article/view/4525/1600>
- Ohmann, R. (1996). *Selling culture: Magazines, markets, and class at the turn of the century*. Vesco.
- Ortega, J. L. (2023). Is Taylor Swift leading a new pop revolution? A cross-generation analysis of pop/rock cover songs. *F1000Research*, 11, 1273. <https://doi.org/10.12688/f1000research.125676.2>
- Pramesti, W., & Mesra, R. (2023). Transformasi identitas sosial era digital analisis interaksi manusia dalam pengaruh media sosial di lingkungan TB Samson kabupaten Seputih Agung, Lampung Tengah. *Education And Social Science Journal*, 1(3), 160-167. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/article/view/17>
- Pratama, D. F. N., & Adim, A. K. (2022). Konsep diri mahasiswa Otaku di kota Bandung (Analisis terhadap konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa Otaku yang ada di kota Bandung). *Communication*, 13(1), 86-97. <https://doi.org/10.36080/comm.v13i1.1688>
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, Sugiarto, M., Sattar, Abidin, Z., Irwanto, Nugroho, A. P., Indriana, Ladjin, N., Haryanto, E., Amane, A. P. O., Ahmadin, & Alaslan, A. (2022). *Metode penelitian ilmu sosial*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rossman, M. (2022). Taylor Swift, remediating the self, and nostalgic girlhood in tween music fandom. *Transformative Works and Cultures*, 38. <https://doi.org/10.3983/twc.2022.2287>
- Rumdana, A., Nurul, S., & Fitriyah, N. (2023). Tren Citayam Fashion Week dan Harajuku Street sebagai identitas sosial remaja. *Comdent: Communication Student Journal*. 1(1), 204-220. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.47065>
- Saputra, N., Susilo, A., & Lawang, K. A. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561417>
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015. (Studi social media marketing pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*. 8(2). 123-138. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>
- Tajfel, H. (1978). *Social categorization, social identity and social comparison*. European Association of Experimental Social Psychology and Academic Press.
- Yohana, A., & Saifulloh, M. (2019). Interaksi simbolik antara atasan dan bawahan di PT. Imse Marindo Utama Gas Engine Jakarta. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). 122-130. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.720>
- Zafina, N., & Sinha, A. (2024). Celebrity-fan relationship: Studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media. *Media Asia*, 51(4), 533–547. <https://doi.org/10.1080/01296612.2024.2304422>