

INTERAKSI PARASOSIAL FOLLOWERS PADA AKUN TIKTOK @FUJIIAN

Bella Hermawati¹, Rahmawati Zulfiningrum^{1,2}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

²Culture, Media, and Creative Industry Research Group, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

¹bellaherma225@gmail.com, ²rahmawati.zulfiningrum@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong munculnya interaksi parasosial, yaitu relasi satu arah antara figur TikToker dan followers yang mampu menciptakan kedekatan emosional serta konstruksi gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna kedekatan emosional antara followers dengan figur TikToker serta makna dari gaya hidup figur TikToker yang digambarkan melalui proses interaksi parasosial melalui akun @Fujiiian di TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi konten, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial terbentuk melalui kedekatan emosional yang ditandai dengan rasa akrab, empati, dan keterlibatan afektif followers terhadap kehidupan personal Fuji. Selain itu, penggambaran gaya hidup melalui aktivitas keseharian, penampilan, dan simbol sosial turut membentuk cara followers memaknai sosok Fuji berdasarkan pengalaman, ketertarikan, dan pandangan pribadi mereka. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian dalam ranah psikologi komunikasi dengan menunjukkan bahwa interaksi parasosial di TikTok tidak hanya tentang hubungan emosional yang dekat, tetapi juga melibatkan cara pengikut memaknai gaya hidup yang ditampilkan oleh akun tersebut. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pemikiran untuk penelitian lebih lanjut dalam memperluas studi tentang interaksi parasosial di berbagai situasi media digital.

Kata Kunci: *followers, gaya hidup, interaksi parasosial, kedekatan emosional, TikTok*

Abstract

The development of social media, particularly TikTok, has encouraged the emergence of parasocial interactions, namely one-way relationships between TikTokers and followers that can create emotional closeness and lifestyle construction. This study aims to analyze the meaning of emotional closeness between followers and TikTokers and the meaning of TikTokers' lifestyles as depicted through the parasocial interaction process through the @Fujiiian account on TikTok. The study used a descriptive qualitative approach with an interpretive paradigm. Data were obtained through in-depth interviews, content observation, and documentation. The results show that parasocial interactions are formed through emotional closeness characterized by a sense of familiarity, empathy, and affective involvement of followers in Fujiian's personal life. In addition, the depiction of lifestyle through daily activities, appearance, and social symbols also shape how followers interpret Fujiian based on their personal experiences, interests, and views. This study contributes to enriching studies in the field of communication psychology by showing that parasocial interactions on TikTok are not only about close emotional relationships but also involve how followers interpret the lifestyle displayed by the account. These findings are expected to provide a basis for further research in expanding the study of parasocial interactions in various digital media situations.

Keywords: *emotional closeness, followers, lifestyle, parasocial interaction, TikTok*

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah menyebabkan munculnya bentuk-bentuk baru dari komunikasi yang telah menjadi sangat personal dan intens, terutama dalam interaksi antara figur TikToker dan para pengikut mereka. Penelitian oleh

Widyaningrum et al., (2026), menyatakan bahwa media sosial memungkinkan seseorang untuk berinteraksi dengan lebih luas lagi, tanpa terbatas oleh ruang atau waktu. Komunikasi yang intens antara figur TikToker dan pengikut bukan tanda keintiman sejati, melainkan sebuah

cara baru untuk berkomunikasi melalui platform digital. Konten yang menunjukkan kehidupan sehari-hari, ekspresi emosional, serta gaya komunikasi yang terasa akrab menciptakan kesan seolah-olah terdapat kedekatan dalam relasi hubungan interpersonal secara langsung. Paparan konten platform TikTok yang konsisten muncul dan dikonsumsi oleh publik, serta difasilitasi oleh algoritma platform TikTok semakin mengarahkan pada pembentukan keyakinan bahwa seorang followers mengenal figur TikToker tersebut secara intim. Dalam disiplin ilmu komunikasi, konsep ini disebut sebagai interaksi parasosial, yaitu suatu bentuk hubungan yang ditandai dengan keintiman emosional antara followers dan figur TikToker tanpa sepengetahuan yang terakhir tentang keberadaan yang pertama. Penelitian yang dilakukan oleh Prameswari, (2024) mengungkapkan bahwa interaksi parasosial dalam fandom di TikTok menunjukkan fenomena tersebut sebagai bagian dari ranah psikologi komunikasi karena melibatkan keterikatan emosional, proses kognitif, dan respons afektif followers terhadap figur TikToker. Dengan begitu, interaksi parasosial tidak hanya dimaknai sebagai bentuk konsumsi media, tetapi juga sebagai proses psikologis serta komunikasi yang menciptakan hubungan emosional semu antara pengikut dan tokoh yang diikuti di media sosial.

Menurut Dewi et al. (2021), gaya hidup merupakan pola tindakan yang membedakan individu satu dengan individu lainnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Pola tindakan ini tercermin dari cara seseorang mengambil keputusan, mengonsumsi produk, serta menentukan prioritas kebutuhan dan keinginannya. Perkembangan teknologi dan perubahan zaman turut berperan besar dalam membentuk gaya hidup masyarakat modern, khususnya dalam kebiasaan menggunakan uang. Individu cenderung lebih berorientasi pada pencapaian kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan pribadi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan psikologis dan sosial. Kondisi ini mendorong gaya hidup menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensi diri di tengah lingkungan sosial, di mana konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga pada nilai simbolik yang melekat pada pilihan gaya hidup tersebut.

Akibatnya, gaya hidup berfungsi sebagai penanda identitas sosial sekaligus pembeda posisi individu dalam struktur masyarakat. Menurut Thamrin dan Saleh (2021), gaya hidup dipandang sebagai kebiasaan dan tindakan individu yang selaras dengan perkembangan zaman serta berfungsi sebagai pembeda antarindividu dalam kehidupan sosial. Dalam konteks ini, gaya hidup tidak hadir sebagai kebutuhan esensial, melainkan sebagai respons terhadap tekanan sosial dan dorongan kompetisi simbolik di lingkungan masyarakat modern.

Saat ini, ruang digital telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sosial individu. Kegiatan komunikasi, memperoleh informasi, mengekspresikan diri, menciptakan identitas diri dilakukan melalui berbagai platform berbasis media sosial. Ketergantungan pada ruang digital menghadirkan transformasi dalam proses interaksi sosial di mana batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi semakin tipis. Selain sebagai penerima pesan, individu secara aktif berpartisipasi dalam menghasilkan dan mendeskripsikan identitas mereka sendiri di depan pengikut. Menurut Cahyo, et al., (2026), saat ini masyarakat memiliki akun media sosial yang dapat mereka gunakan secara bebas untuk komunikasi dan ekspresi diri, sehingga mereka dapat membangun ragam identitas di lingkungan virtual yang natural atau berbeda dengan realitas sehari-hari. Dari sudut pandang studi komunikasi, keadaan seperti itu mencerminkan evolusi media sosial, yang memainkan peran penting dalam kehidupan sosial saat ini. Menurut Zuniananta (2023), media sosial adalah salah satu saluran komunikasi yang populer dan efektif yang digunakan untuk menjalin hubungan, opini, dan identitas pribadi. Setiap upaya dan keterlibatan dalam media sosial akan berkontribusi pada peningkatan persepsi identitas di antara para pengikut. Oleh karena itu, media sosial menjadi platform dalam pembuatan makna sosial, yang membentuk dasar hubungan emosional dan simbolik.

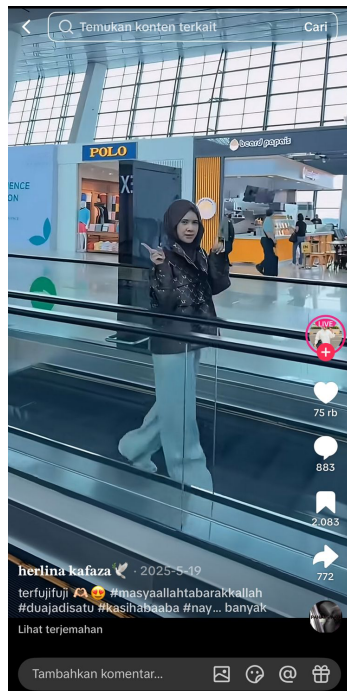
Menurut Salsabila dan Zulfiningrum (2025), TikTok adalah platform berbasis video pendek yang kini berkembang menjadi platform ekspresi yang tidak hanya menghibur orang tetapi juga menciptakan dinamika komunikasi yang jauh lebih rumit. Salma dan Albab (2023) mengemukakan bahwa platform TikTok

menawarkan kesempatan kepada pengguna untuk membuat, mengedit, dan memposting beragam video. Selain itu, pengguna tidak hanya menjadi konsumen konten tetapi menjadi peserta dalam produksi, distribusi, dan interpretasi pesan secara bersamaan. Ini memungkinkan kepribadian TikTok untuk membangun citra yang koheren tentang diri mereka sendiri melalui tampilan visual, cerita pribadi, dan gaya komunikasi yang menciptakan rasa keintiman di antara para pengikut. Kecenderungan ini dapat dengan mudah diamati dalam konteks studi media digital di platform TikTok. Menurut Novita et al. (2023), TikTok berfungsi sebagai bentuk hiburan di mana individu dapat menggunakan video dan musik untuk membentuk cara hiburan yang baru. Namun, TikTok mengalami transisi dari media hiburan menjadi media profesional di mana publik juga menggunakannya untuk mengembangkan personal branding mereka. Konsistensi citra diri yang dibentuk oleh video yang diunggah menciptakan peluang terjadinya interaksi parasosial di mana pengikut akan merasakan hubungan emosional dengan figur TikTok yang diikuti. Oleh karena itu, TikTok adalah salah satu platform yang ideal untuk mengkaji interaksi parasosial.

Munculnya TikTok sebagai platform video pendek mendorong munculnya karakter TikTok yang membentuk identitasnya berdasarkan konsistensi citra diri dan kedekatan cerita dengan pengikutnya. Alat kreatif yang disediakan memungkinkan pembuatan konten yang cepat dan masif, yang akan mempercepat visibilitas dan pengenalan. Menurut Ilahin (2022), dengan efek visual dan audio yang tersedia di TikTok memberikan lebih banyak kesempatan untuk menciptakan konten-konten kreatif, dan, oleh karena itu, platform ini dapat dianggap tidak hanya sebuah platform hiburan tetapi juga merupakan cara strategis dalam membentuk citra diri dan personal branding. Awal aktivitas Fuji di media sosial sebelumnya sudah terekspos namun masih belum mengarah pada popularitas yang tinggi, namun saat terjadinya peristiwa kecelakaan yang menimpa kakak kandung dan kakak iparnya, Vanessa Angel dan Febri Ardiansyah di Tol Nganjuk, Jawa Timur, kemudian menjadi titik balik yang meningkatkan perhatian publik terhadap Fuji. Sejak saat itu, eksistensinya berkembang lebih

mandiri dan disertai narasi personal yang terekspos secara luas, termasuk perannya dalam merawat keponakannya dan juga keterlibatannya dalam berbagai unggahan figur TikTok lain menjadi pintu awal mengenalannya di ruang digital. Dinamika perjalanan personal yang terpublikasi ini berkontribusi dalam membentuk popularitas sekaligus membuka ruang bagi keterikatan emosional followers terhadap dirinya sebagai figur TikTok.

Dalam penggambaran keseharian Fujianti Utami Putri melalui aktivitasnya, baik dalam kehidupan pribadinya maupun dalam keikutsertaannya dalam liburan atau menghadiri acara hiburan, hingga mobilitas sehari-harinya, konstruksi identitas digital menjadi nyata. Hadirnya visual yang melibatkan ekspresi ramah, gestur, dan peristiwa yang terkesan realistis membuat followers merasa sudah akrab dan terikat secara emosional dengan persona TikTok tersebut. Dalam interaksi parasosial, pengikut tidak hanya memandang konten sebagai hiburan; sebaliknya, mereka membuat penilaian subjektif tentang kepribadian, sikap, dan gaya hidup persona TikTok. Hal ini terlihat dari berbagai macam reaksi emosional para pengikutnya, antara lain berupa penyemangat, kritik, bahkan bullying. Komentar negatif yang menunjukkan sikap merendahkan mengungkapkan persepsi legitimasi bahwa pengikut harus menilai, mengkritik, bahkan menyerang persona TikTok yang mereka ikuti, padahal hubungan parasosial mereka sepihak. Hal ini membuktikan bahwa interaksi parasosial tidak hanya menghasilkan keterikatan positif tetapi juga dapat menimbulkan keterikatan emosional yang bermasalah ketika ekspektasi pengikut terhadap persona TikTok tidak terpenuhi. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan contoh interaksi parasosial antara followers dan Fujianti Utami Putri.



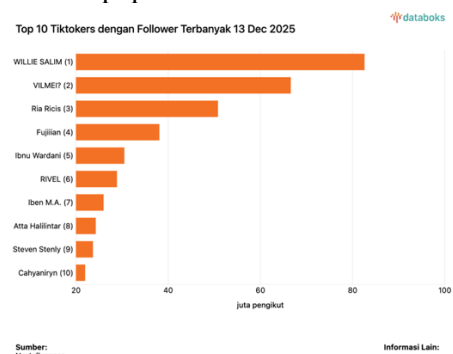
Gambar 1. Interaksi parasosial yang terjadi antara followers dan @fuji_an
 Sumber: Akun TikTok pribadi @fuji_an (2025)

Dalam perannya sebagai figur TikToker, Fujianti Utami Putri memanfaatkan media sosial sebagai platform strategis dimana ia mampu memupuk kedekatan simbolik dengan followers melalui penyajian konten yang autentik dan konsisten. Presentasi diri ini, mulai dari aktivitas sehari-hari, ekspresi emosional, hingga partisipasi dalam berbagai acara publik, menjadi konstruksi identitas digital di mana para pengikut mampu menciptakan persepsi seolah-olah mereka berbagi hubungan akrab dengan sosok yang diikuti. Fenomena ini memperkuat interaksi parasosial di mana pengikut tidak lagi berada dalam posisi penonton, tetapi menjadi lebih aktif dalam menafsirkan dan mengevaluasi sosok yang diikuti berdasarkan pengalaman dan ekspektasi subjektif mereka sendiri. Dalam proses ini, Fuji tidak hanya dipandang sebagai sosok hiburan sederhana, tetapi juga sebagai sosok yang menggambarkan identifikasi emosional beberapa pengikut seperti yang diungkapkan melalui dukungan, kesetiaan, dan kritik di kolom komentar. Interaksi parasosial antara Fujianti Utami Putri dan followers mendemonstrasikan bagaimana figur TikToker dapat menciptakan relasi semu yang dinamis

dan memengaruhi konstruksi makna followers terhadap figur di media sosial.

TikTok muncul sebagai ruang instrumental dalam membentuk makna, identitas, dan relasi sosial di era digital, terutama karena munculnya kepribadian TikToker yang kerap mengekspos diri dan gaya hidupnya kepada para pengikutnya. Intensitas konsumsi konten yang tinggi bersama dengan pola komunikasi pribadi dan berulang mendorong pengikut untuk beralih dari status pasif ke membangun kedekatan emosional dan keterlibatan dengan kepribadian yang diikuti. Hubungan tersebut tidak hanya melibatkan pertukaran informasi melainkan berkembang menjadi hubungan parasosial dimana para pengikutnya mampu menjalin keakraban, pemahaman, dan keterikatan simbolik terhadap tokoh-tokoh yang muncul di ruang media.

Urgensi penelitian ini berkaitan dengan fenomena dimana para pengikut memiliki latar belakang sosial, pengalaman, dan perspektif yang unik dalam merespon gaya hidup yang dihadirkan oleh para TikToker. Keragaman dalam proses penerimaan ini dapat menghasilkan tanggapan yang beragam mulai dari penerimaan dan pemeliharaan citra hingga penolakan dan kritik, yang semuanya akan menentukan sifat interaksi parasosial yang terjadi dalam platform digital. Dengan demikian, kajian mengenai proses penerimaan dalam interaksi parasosial menjadi signifikan untuk dilakukan, khususnya terkait dengan figur TikToker yang memiliki jangkauan followers yang luas dan keterpaparan yang intens, seperti dapat dilihat dari Gambar 2 di bawah ini, dimana Fujianti Utami Putri berada di posisi nomor empat sebagai salah satu TikToker terpopuler di Indonesia.



Gambar 2. Top 10 TikTokers dengan Follower Terbanyak Tahun 2025
 Sumber: [Katadata.co.id](https://katadata.co.id), (2025)

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna kedekatan emosional antara followers dengan figur TikToker serta makna dari gaya hidup figur TikToker yang digambarkan melalui proses interaksi parasosial melalui akun @Fujiian di TikTok. Dimana dalam penggunaan TikTok, para pengikut turut seringkali menafsirkan dan mengevaluasi secara kritis konten yang diposting oleh figur TikToker. Penelitian akan menganalisis proses interaksi parasosial dimana para pengikut seringkali merasa bahwa mereka memiliki hubungan pribadi dan hak untuk menilai dan mengkritik penggambaran tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif, persepsi, serta proses pemaknaan khalayak terhadap hubungan semu yang terbangun antara penggemar dan figur media. Desain penelitian yang diadopsi dalam penelitian ini adalah *descriptive qualitative research design*. Sebagaimana dijelaskan oleh Kim, Sefcik, dan Bradway dalam (Fauzi et al., 2022), Penelitian ini berlandaskan pada paradigma interpretif (Interpretive Paradigm) yang terhubung dengan pikiran Burrell dan Morgan seperti yang disebutkan oleh Munidewi dan Pradipa, (2022). Subjek penelitian ini adalah pengikut akun TikTok @ Fujiian yang berkomunikasi dengan konten yang diposting oleh Fujianti Utami Putri. Objek penelitian berkaitan dengan penerimaan followers terhadap interaksi parasosial yang dibuat melalui video, komunikasi, dan feedback yang diposting di kolom komentar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana followers mempersepsikan kedekatan dan keterlibatan emosional yang tercipta dalam interaksi parasosial.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian saat ini antara lain data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara pribadi yang dilakukan dengan pengikut akun @ Fujiian tentang pandangan mereka tentang interaksi parasosial. Di sisi lain, data sekunder dikumpulkan melalui

berbagai literatur ilmiah, jurnal, buku, laporan penelitian, dan sumber online terkait isu penggunaan media sosial, interaksi parasosial, dan komunikasi visual. Teknik pengumpulan data melibatkan penggunaan observasi tidak terstruktur, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pengambilan sampel informan untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan beberapa kriteria yang berguna dari segi tujuan penelitian. Informan yang digunakan untuk penelitian ini adalah empat followers akun TikTok @Fujiian yang latar belakang sosialnya berbeda-beda; WC (18 tahun) siswa SMA, AP seorang mahasiswa (23 tahun), JR karyawan perusahaan swasta (25 tahun), dan PM ibu rumah tangga (26 tahun). pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* berdasarkan keaktifan mereka dalam mengonsumsi dan mengikuti konten yang diposting oleh Fujianti Utami Putri di TikTok. Keberagaman latar belakang sosial para informan dimaksudkan untuk mencapai berbagai perspektif mengenai konstruksi interaksi parasosial dan makna gaya hidup tokoh TikToker oleh para pengikutnya.

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Menurut Rahmawati dan Hermina, (2024), interaksi parasosial terlihat semu, namun efeknya bersifat psikologis. Meskipun demikian, analisis interaksi parasosial harus melampaui aspek emosional dari hubungan tersebut. Intensitas keterlibatan ini mendorong followers untuk secara aktif membentuk makna subjektif bagi individu yang diikuti berdasarkan pengalaman dan latar belakang pribadi mereka. Situasi ini menyiratkan bahwa interaksi parasosial bukan hanya produk dari penggunaan media, tetapi hasil dari proses reseptif. Namun terlepas dari semua itu, dapat dilihat bahwa pada sebagian besar penelitian sebelumnya, peran penonton dipandang pasif dan fokusnya tetap pada tingkat keterlibatan emosional, sementara belum banyak penelitian lebih lanjut yang berfokus pada bagaimana makna kedekatan emosional antara followers dengan figur TikToker serta makna dari gaya hidup figur TikToker yang digambarkan melalui proses interaksi parasosial. Dalam hal ini, penting untuk menyelidiki bagaimana interaksi

parasosial bekerja, terutama dalam kasus tokoh-tokoh yang sangat terlibat secara emosional di media sosial. Menurut Nopiyanti et al. (2025), Gayle Stever menjelaskan bahwa interaksi parasosial terbentuk melalui tiga aspek utama, yaitu *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction*. *Task attraction* merujuk pada ketertarikan khalayak terhadap kemampuan, bakat, serta keterampilan yang dimiliki figur media, sehingga figur tersebut dipandang kompeten dan menarik untuk diikuti berdasarkan cara berbicara, bekerja, maupun berkreasi dalam media. Selanjutnya, *identification attraction* menggambarkan proses ketika khalayak merasa memiliki kesamaan dengan figur media, baik dari segi pengalaman hidup, kepribadian, maupun pola pikir, sehingga figur tersebut dijadikan referensi dalam membentuk pandangan dan identitas diri. Adapun *romantic attraction* berkaitan dengan ketertarikan terhadap penampilan fisik, pesona, dan daya tarik personal figur media yang memunculkan perasaan dekat, nyaman, serta keterhubungan emosional seolah-olah memiliki hubungan personal dengan figur tersebut.

Menurut Wardani dan Kusuma (2021), konsep interaksi parasosial pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl melalui observasi terhadap perilaku komunikasi figur media yang diarahkan kepada khalayak dengan pola yang menyerupai komunikasi interpersonal. Dalam praktiknya, figur publik atau persona media menampilkan gaya komunikasi yang personal, hangat, dan seolah-olah berlangsung secara dua arah, sehingga khalayak merasa terlibat secara sosial dan emosional. Namun, Horton dan Wohl menegaskan bahwa hubungan tersebut bersifat semu, karena interaksi yang terjadi sebenarnya berlangsung satu arah. Persona atau idola secara sengaja menggunakan bahasa personal dan mengatur pesan yang disampaikan dengan mempertimbangkan respons yang kemungkinan akan diberikan oleh khalayak. Strategi komunikasi ini menciptakan ilusi kedekatan dan keintiman antara persona dan penggemarnya, meskipun tidak terdapat hubungan interpersonal yang nyata. Konsep ini menjadi dasar penting dalam memahami bagaimana khalayak membangun persepsi kedekatan dengan figur publik melalui media, khususnya dalam konteks media sosial modern.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulansari dan Ifanisari (2025) menunjukkan bahwa Fujianti Utami Putri melalui akun Instagram @fujiiian berhasil membangun gambaran identitas digital secara strategis melalui penggunaan simbol visual, narasi dalam caption, serta interaksi yang terjalin dengan followersnya. Konten TikTok Fujianti Utami Putri dalam berbagai macam kegiatan baik pribadi maupun publik seperti kegiatan liburan, partisipasi hiburan, dan mobilitas dapat dilihat sebagai presentasi diri yang dapat membangun interaksi parasosial dengan para pengikutnya. Penyajian visual dari ekspresi wajah yang ramah, gestur santai, menciptakan ilusi keakraban simbolis, dan perasaan kedekatan dari sudut pandang pengikut. Dari segi teori interaksi parasosial, pengikut tidak hanya menonton TikToker favoritnya sebagai penonton, tetapi juga menjadi penilai subjektif kepribadian, sikap, dan gaya hidup tokoh TikToker yang mereka ikuti. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam komentar yang ditinggalkan followers di bagian komentar TiToker favorit mereka mulai dari suportif hingga kritik bahkan menghujat. Komentar yang merendahkan menunjukkan bahwa pengikut melihat diri mereka sebagai juri dan komentator yang sah dari sosok TikToker mereka meskipun hanya ada interaksi sepihak. Fakta ini membuktikan bahwa interaksi parasosial tidak serta merta selalu membawa kedekatan emosional yang positif, tetapi juga keterikatan emosional yang bermasalah ketika ekspektasi para pengikut terhadap figur TikToker tidak terpenuhi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari, (2024), menunjukkan bahwa penggunaan kehidupan pribadi dalam konten media sosial secara efektif dapat membangun kedekatan emosional antara publik figur dan pengikutnya. Kedekatan tercipta melalui penggunaan kisah-kisah pribadi yang disajikan secara dekat, akrab, dan autentik untuk meningkatkan rasa keterhubungan dan kesetiaan para pengikut terhadap tokoh favorit mereka. Studi ini membuktikan bahwa berbagi informasi pribadi di situs media sosial tidak hanya merupakan alat yang efektif untuk keterlibatan, tetapi juga memengaruhi cara identitas tokoh masyarakat dirasakan oleh pengikut mereka secara lebih dekat dan emosional. Pada saat yang sama,

keterbukaan kehidupan pribadi seseorang secara online juga berarti bahwa ada risiko dikritik, dihakimi secara pribadi, dan dipaksa untuk menemukan keseimbangan yang rapuh antara pengungkapan diri dan privasi. Terakhir, kemampuan selebritas untuk memantau reaksi pengikut mereka dan mengubah konten tergantung pada tren saat ini sangat penting untuk popularitas mereka di media sosial.

Interaksi Parasosial sebagai Kedekatan Emosional (Parasocial Intimacy)

A. Perasaan Akrab dan Kedekatan Personal followers terhadap @fujiiian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusuma, (2024), interaksi parasosial tercermin melalui keterlibatan emosional penonton terhadap sosok yang mereka ikuti, di mana penggemar bisa merasakan emosi yang dialami oleh idolanya, misalnya merasakan kesedihan saat sosok yang mereka ikuti sedang berduka atau merasakan kebahagiaan ketika sosok tersebut membagikan momen ceria. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemaparan konten secara mendalam dapat menghasilkan hubungan emosional yang semu, sehingga followers merasakan kedekatan personal dengan figur yang ada di media. Situasi ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial tidak hanya menciptakan rasa kedekatan, melainkan juga menciptakan keterlibatan emosional yang memicu followers untuk merasakan emosi dari sosok yang mereka ikuti di media sosial.

Dalam konteks media sosial seperti TikTok, hubungan pribadi semacam itu dapat dikembangkan berdasarkan konten yang mencerminkan aktivitas sehari-hari para tokoh masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa pengikut akun TikTok Fujianti Utami Putri yang merasakan kedekatan pribadi saat mengonsumsi konten yang dibagikan dan memandang Fuji tidak hanya sebagai publik figur, tetapi juga sebagai pribadi yang memiliki sesuatu yang personal untuk dirinya.

Menurut Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya (2024), gaya hidup dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai tipe berdasarkan pola aktivitas, nilai yang dianut, serta cara individu menjalani kehidupan

sehari-hari. Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup tidak bersifat tunggal, melainkan beragam dan dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, perkembangan teknologi, serta preferensi personal. Keberagaman tipe gaya hidup ini mencerminkan bagaimana individu mengekspresikan identitas diri, menyesuaikan diri dengan lingkungan, serta merespons perkembangan zaman dalam kehidupan sosial modern. Dalam praktiknya, gaya hidup dapat terlihat melalui berbagai kecenderungan perilaku. *Active lifestyle* menekankan keterlibatan aktif dalam aktivitas fisik dan olahraga secara rutin, sedangkan *adventurous lifestyle* ditandai dengan ketertarikan pada tantangan, petualangan, dan aktivitas berisiko seperti perjalanan ekstrem. Sementara itu, *balanced lifestyle* mengutamakan keseimbangan antara pekerjaan, kesehatan, keluarga, dan waktu luang, sedangkan *bohemian lifestyle* lebih menonjolkan kebebasan, kreativitas, seni, serta penolakan terhadap norma konvensional. Berbeda dengan hal tersebut, *conventional lifestyle* menunjukkan pola hidup yang mengikuti nilai dan norma sosial yang berlaku dalam masyarakat.

Perkembangan teknologi juga melahirkan *digital lifestyle*, yaitu gaya hidup yang terintegrasi dengan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, serta *digital nomad lifestyle* yang memungkinkan individu bekerja secara jarak jauh sambil berpindah-pindah tempat. Selain itu, terdapat pula *DIY (Do-It-Yourself) lifestyle* yang menekankan kemandirian dalam membuat atau memperbaiki kebutuhan sendiri, serta *eco-friendly lifestyle* yang berorientasi pada pelestarian lingkungan dan pengurangan dampak ekologis. Dalam konteks kehidupan modern, muncul pula *fast-paced lifestyle* yang ditandai ritme hidup cepat dan tekanan tinggi, serta *frantic lifestyle* yang dipenuhi kesibukan berlebihan hingga memicu stres dan kelelahan. Dari sisi pengelolaan hidup, *frugal lifestyle* menekankan pola hidup hemat dan terkontrol dalam penggunaan keuangan, sedangkan *healthy lifestyle* berfokus pada kesehatan fisik melalui pola makan sehat dan aktivitas positif. Adapun *hedonistic lifestyle* berorientasi pada kesenangan dan kepuasan pribadi, sementara *holistic lifestyle*

menitikberatkan keseimbangan fisik, mental, dan spiritual.

Di sisi lain, *jet-set lifestyle* menggambarkan gaya hidup mewah dengan mobilitas tinggi dan perjalanan eksklusif, sedangkan *luxurious lifestyle* menonjolkan kemewahan, kenyamanan, dan kepemilikan barang bernilai tinggi. Berbeda dengan itu, *minimalist lifestyle* lebih mengutamakan kesederhanaan dan fokus pada kebutuhan esensial dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, *nomadic lifestyle* menunjukkan pola hidup berpindah-pindah tanpa menetap dalam jangka waktu lama, sedangkan *off-the-grid lifestyle* menggambarkan gaya hidup mandiri yang tidak bergantung pada fasilitas umum. Dalam aspek konsumsi, *plant-based lifestyle* memprioritaskan pola makan berbasis tumbuhan. Sementara itu, *rural lifestyle* identik dengan kehidupan pedesaan yang lebih tenang dan dekat dengan alam, berbeda dengan *urban lifestyle* yang mencerminkan kehidupan perkotaan yang modern, cepat, dan dinamis. Di sisi lain, *sedentary lifestyle* menunjukkan minimnya aktivitas fisik dan dominasi aktivitas pasif dalam keseharian. Selain itu, terdapat pula *spiritual lifestyle* yang menekankan pengembangan nilai dan praktik spiritual, serta *sustainable lifestyle* yang berorientasi pada keberlanjutan dan penggunaan sumber daya secara bijak. Adapun *workaholic lifestyle* menggambarkan gaya hidup yang didominasi oleh aktivitas kerja dengan intensitas tinggi. Dengan demikian, berbagai tipe gaya hidup tersebut menunjukkan bahwa pola hidup individu tidak hanya berkaitan dengan aktivitas sehari-hari, tetapi juga mencerminkan nilai, orientasi hidup, serta identitas sosial yang berkembang di masyarakat modern.

Keintiman tersebut disebabkan oleh konten yang menampilkan aktivitas kehidupan sehari-hari Fuji secara informal termasuk cerita dan aktivitas sehari-hari. Konten tersebut tampaknya menciptakan kesan bahwa Fuji berbicara secara pribadi kepada followersnya dan membantu pengikut merasakan keintiman pribadi seperti di kehidupan nyata. Bahkan salah satu pengikutnya mengakui bahwa ia secara teratur menonton aktivitas Fuji dan menganggapnya sebagai cerita yang diceritakan oleh anggota keluarganya. “aku paling sering merhatiin kesehariannya dia, kayak lagi

ngapain, lagi kerja apa, lagi sama siapa. Soalnya aku penasaran aja dan ngerasa seru liat aktivitasnya. Apalagi kalo dia lagi cerita-cerita, rasanya kayak lagi denger kakak sendiri ngomong.” (WC, 18)

Pengalaman tersebut membuktikan bahwa rasa keakraban yang dirasakan para pengikutnya tercipta berdasarkan interpretasi terhadap konten yang ditawarkan Fuji. Dengan membuat cerita sehari-hari dan menggunakan gaya komunikasi informal, para follower mampu menciptakan kesan bahwa mereka mengenal Fuji secara pribadi, padahal kenyataannya hubungan yang dikembangkan sepihak melalui media sosial. Fenomena ini menggambarkan konsep interaksi parasosial di mana penonton dapat memiliki kedekatan emosional terhadap tokoh masyarakat, sehingga hubungan yang terjalin antara pembuat konten dan penonton tidak hanya itu, tetapi juga menciptakan pengalaman keintiman yang dirasakan oleh sebagian pengikut. Seperti terlihat pada Gambar 3 di bawah ini, penggunaan istilah kembaran aku pada kolom komentar menunjukkan bahwa interaksi parasosial yang terjalin antara pengikut dan Fujianti Utami Putri juga menciptakan daya tarik identifikasi, di mana penonton tidak hanya mengalami kedekatan emosional, tetapi mereka juga mengidentifikasikan diri dengan sosok yang mereka ikuti.



Gambar 3. Contoh komentar followers pada akun TikTok @Fujiian
Sumber: Akun TikTok @Fujiian, (2026)

B. Empati dan Keterlibatan Emosional Followers terhadap @fujiian

Menurut temuan yang diperoleh oleh Sindi (2025), interaksi parasosial tidak sekadar

dilihat sebagai bentuk hiburan yang pasif, tetapi juga sebagai pengalaman mental yang dapat menciptakan keterikatan emosional dan identifikasi diri dari followers terhadap figure TikTok yang mereka ikuti. Penelitian ini mengindikasikan bahwa followers mampu merasa diperhatikan, terhibur, bahkan meraih ketenangan emosi melalui keberadaan tokoh publik di platform media sosial, terutama saat mereka berada dalam keadaan sedih, tertekan, atau menghadapi tantangan tertentu. Dalam hal ini, keterlibatan emosi dari followers tidak hanya muncul akibat konsumsi konten, melainkan juga karena adanya rasa kedekatan pribadi yang secara psikologis berkembang terhadap tokoh tersebut.

Dari wawancara, beberapa pengikut mengaku merasakan empati saat Fuji menceritakan pengalamannya, terutama saat terlihat kelelahan atau mengalami kesulitan. Emosi ini membuat penggemar merasa terhubung secara emosional dengan Fuji, dan terkadang, mereka siap membela Fuji dari komentar negatif pengguna lain terhadapnya. Dari situasi ini, terlihat jelas bahwa hubungan yang terbentuk tidak hanya melibatkan konsumsi konten hiburan, melainkan hubungan emosional dengan selebritis yang mengikutinya.

Bahkan salah satu penggemar mencoba menghubungkan empati dengan pengalaman pribadinya dalam hidup. Emosi ini terjadi karena Fuji terlibat dalam berbagai aktivitas meskipun masih muda.

“aku ngerasa simpati banget sama dia. Kadang kalo dia lagi keliatan capek atau lagi ada masalah, aku ikut kasian. Rasanya tuh kayak liat adek sendiri lagi berjuang. Soalnya aku punya adek seumuran dia, jadi tiap liat Fuji tuh rasanya kayak ‘ya ampun, semoga dia baik-baik aja.’” (PM, 26)

Namun, tidak semua pengikut memiliki tingkat keterlibatan emosional yang sama. Beberapa pengikut melihat konten yang dihasilkan oleh Fuji lebih seperti fenomena hiburan atau media sosial dan belum tentu sesuatu yang memiliki keterlibatan emosional yang kuat dengan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial dapat memiliki arti yang berbeda bagi orang-orang berdasarkan pengalaman individu dan tingkat empati. Setiap orang dapat menentukan tempatnya dalam

hubungan sepihak dengan figur TikTok melalui platform media sosial dengan cara yang unik. Gambar 4 di bawah mengilustrasikan bentuk respons emosional yang ditunjukkan oleh pengikut terhadap Fuji. Narasi “kasian banget ama Fuji, orang lain yang koar-koar, tapi dia yang dihujat” merefleksikan adanya empati yang muncul sebagai respons terhadap situasi yang dipersepsikan sebagai tidak adil atau merugikan figur TikTok tersebut.



Gambar 4. Ungkapan empati followers terhadap Fujianti Utami Putri melalui konten TikTok
Sumber: Akun TikTok @BellaIndriyani, (2026)

Selain itu, perlu diperhatikan bahwa penggunaan ungkapan seperti itu juga menunjukkan kesediaan pengikutnya untuk membela orang yang dia ikuti jika ada yang mengkritiknya atau menghujat dia. Keterikatan emosional memainkan peran kunci dalam perkembangan Interaksi Parasosial Afektif, di mana ikatan yang terbentuk melampaui konsumsi media.

Interaksi Parasosial sebagai Konstruksi Gaya Hidup (Parasocial Lifestyle Construction)

A. Ketertarikan terhadap Aktivitas dan Rutinitas yang Ditampilkan @fujiiian terhadap followers

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2023), keterlibatan followers dengan platform media sosial menunjukkan munculnya pola gaya hidup hedonis, di mana individu menggunakan media untuk mendapatkan kesenangan, hiburan, dan kepuasan pribadi melalui konsumsi konten.

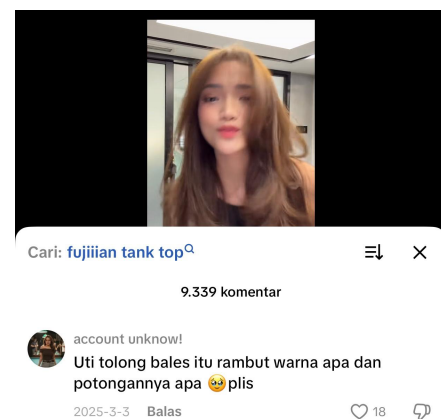
Selain itu, studi ini mengungkapkan bahwa gaya hidup seseorang dapat memengaruhi cara individu memahami, menafsirkan, serta merespons konten media yang mereka lihat, meskipun reaksi tersebut tetap dapat bervariasi antar individu, dipengaruhi oleh preferensi, pengalaman, serta latar belakang pribadi masing-masing. Dalam konteks interaksi parasosial sebagai pembentuk gaya hidup, ketertarikan pengikut terhadap aktivitas dan rutinitas yang ditampilkan oleh @fujiiian menunjukkan bahwa konten sehari-hari seperti pekerjaan, berkumpul, bepergian, dan interaksi sosial tidak hanya dilihat sebagai hiburan, tetapi juga menjadi fokus perhatian dan makna sosial bagi pengikut. Rutinitas yang diperlihatkan secara konsisten menciptakan rasa ingin tahu, minat yang berkelanjutan, hingga dorongan untuk terus mengikuti perkembangan kehidupan figur TikToker tersebut. Situasi ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial dapat mengembangkan ketertarikan terhadap gaya hidup tertentu yang dianggap menarik, menyenangkan, serta aspiratif oleh pengikut, meskipun setiap individu tetap memiliki sudut pandang dan interpretasi yang berbeda terhadap konten yang dikonsumsi.

Ketertarikan dalam kegiatan terangsang oleh fakta bahwa konten yang disediakan oleh Fuji tidak hanya menyoroti saat-saat tertentu tetapi juga menyediakan kegiatan sehari-hari yang tampaknya lebih dekat dengan kehidupan para penonton. Dengan menampilkan konten tentang kegiatan-kegiatan seperti bekerja, melakukan perjalanan, dan interaksi dengan orang-orang di lingkungan mereka, para pengikut menjadi tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan Fuji. Menonton seperti kegiatan sehari-hari menciptakan sebuah ketertarikan di antara beberapa pengikut dalam mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Fuji dalam kehidupan sehari-hari.

“aku paling sering merhatiin kesehariannya dia, kayak lagi ngapain, lagi kerja apa, lagi sama siapa. Soalnya aku penasaran aja dan ngerasa seru liat aktivitasnya.” (WC, 18)

Hasilnya menunjukkan bahwa minat pengikut terhadap aktivitas dan rutinitas selebritas dapat memengaruhi cara mereka menafsirkan gaya hidup yang digambarkan melalui media sosial. Aktivitas rutin yang

digambarkan berulang kali memungkinkan pengikut untuk tetap mengetahui dinamika kehidupan selebritas, menghasilkan minat yang konstan pada konten yang dihasilkan. Dalam hal ini, aktivitas rutin yang digambarkan tidak hanya berfungsi untuk tujuan hiburan, tetapi juga berkontribusi dalam membangun gaya hidup yang diinterpretasikan oleh pengikut melalui interaksi dengan konten di media sosial. Gambar 5 di bawah ini mengilustrasikan bagaimana pengikut tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga mengamati detail kecil seperti gaya rambut Fuji.



Gambar 5. Interaksi followers yang menunjukkan ketertarikan melalui kolom komentar TikTok.
Sumber: Akun TikTok @Fujiiian, (2026)

Permintaan informasi melalui komentar menunjukkan tingkat minat yang tinggi terhadap aktivitas dan penampilan sehari-hari para selebriti. Ini menegaskan bahwa rutinitas yang dibagikan secara konsisten membantu menciptakan rasa ingin tahu pengikut terhadap kehidupan pribadi konten tersebut.

Selain itu, fenomena di atas juga menunjukkan bahwa interaksi parasosial tidak hanya tentang emosi, tetapi juga merupakan proses konstruksi gaya hidup yang akan diamati dan diinterpretasikan oleh para pengikutnya. Ketertarikan para pengikut terhadap penampilan Fuji juga merupakan indikasi gaya hidup yang bisa dicita-citakan atau dijadikan referensi. Dengan kata lain, apa yang mungkin tampak sebagai konten sehari-hari yang biasa-biasa saja dapat menjadi media konstruksi makna sosial di mana para pengikut menafsirkan, meniru, atau bahkan mengagumi gaya hidup yang digambarkan oleh individu TikToker.

B. Pemaknaan Followers terhadap Gaya Hidup yang Ditampilkan @fujiiian terhadap followers

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Munfarida (2024), pengaruh media sosial terhadap pembentukan gaya hidup, pola konsumsi, dan pandangan generasi muda mengenai nilai serta identitas sosial adalah hal yang rumit. Dalam ekosistem digital yang terus berubah, media sosial berfungsi sebagai saluran utama untuk menyebarkan tren global melalui keberadaan TikTok, influencer, selebritas digital, dan algoritma yang menyesuaikan konten berdasar pada preferensi pengguna. Situasi ini menjadikan generasi muda tidak hanya melihat konten sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai acuan dalam memahami gaya hidup, interaksi sosial, dan standar tertentu berkaitan dengan kesuksesan serta identitas diri. Dalam konteks bagaimana followers menafsirkan gaya hidup yang ditunjukkan oleh @fujiiian, konten yang mencakup aktivitas sehari-hari, fashion, perjalanan, dan lingkungan sosial yang dipamerkan oleh Fuji mengarah pada berbagai interpretasi di antara followers. Beberapa followers menganggap gaya hidup ini sebagai cerminan dari kehidupan ideal, yang memotivasi, dan mencerminkan kesuksesan anak muda, sementara yang lain menganggapnya sebagai hasil dari citra yang dibangun di media sosial yang tidak sepenuhnya mencerminkan hidup yang sebenarnya. Perbedaan dalam pemaknaan ini menunjukkan bahwa cara followers menerima gaya hidup seorang TikToker dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai-nilai sosial, dan cara masing-masing individu memahami konten yang mereka lihat di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara, pemaknaan pengikut untuk gaya hidup Fuji dapat dipahami dari perhatian mereka terhadap aktivitas yang digambarkan dalam konten harian. Menurut informan WC (18) yang berstatus pelajar, biasanya ia memperhatikan aktivitas Fuji, mulai dari pekerjaannya hingga kesehariannya yang tersaji di media sosial. Dia menjelaskan bahwa aktivitas tersebut membuatnya tertarik karena terkesan menyenangkan, padahal dia tahu bahwa penggambaran kehidupan tersebut mungkin hanya sisi baik dari kehidupan tersebut. Dari

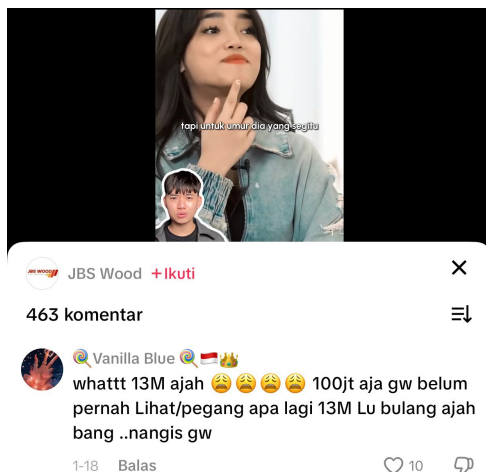
penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup Fuji seolah-olah menjadi "kehidupan yang baik" sejak dia bepergian dan berinteraksi dengan banyak orang, namun dia tetap memahami upaya yang dilakukan oleh Fuji.

Selain kegiatan, pemaknaan juga memanifestasikan dirinya dalam hal minat para pengikut terhadap gaya hidup yang dihadirkan. Informan AP (23), sebagai mahasiswa, mengaku terpesona dengan kepercayaan diri Fuji dan gayanya saat menampilkan dirinya di depan kamera. Dari sudut pandangnya, gaya hidup Fuji mewakili seorang wanita muda yang percaya diri yang menonjol di media sosial. Dia bahkan melanjutkan dengan mengatakan bahwa gaya hidup dapat berfungsi sebagai gambaran atau "hedonistik" bagi kaum muda, meskipun semuanya mungkin tidak berhasil dalam kehidupan pribadinya. Dari sini, orang dapat menyadari bahwa minat para pengikut pada figur TikToker melampaui hiburan untuk memasukkan minat mereka pada kepribadian dan citra diri yang digambarkan.

Sementara itu, indikator opini menggambarkan bagaimana para pengikut memandang interpretasi gaya hidup Fuji. Pendapat pertama datang dari informan JR yang mempersepsikan lifestyle sebagai gambaran konstruksi media sosial yang telah dihadirkan sedemikian rupa. Dia merasa bahwa gaya hidup yang ditunjukkan Fuji adalah personal branding, yang digunakan untuk mempertahankan kehadiran media sosial. Pendapat lain dianut oleh informan PM (26), yang memandang gaya hidup Fuji sebagai gambaran remaja putri yang aktif dan produktif, padahal gaya hidupnya tidak sama dengan gaya hidupnya sehari-hari. Menurut PM, konten yang dibuat oleh Fuji memberikan hiburan dan motivasi untuk tetap bugar.

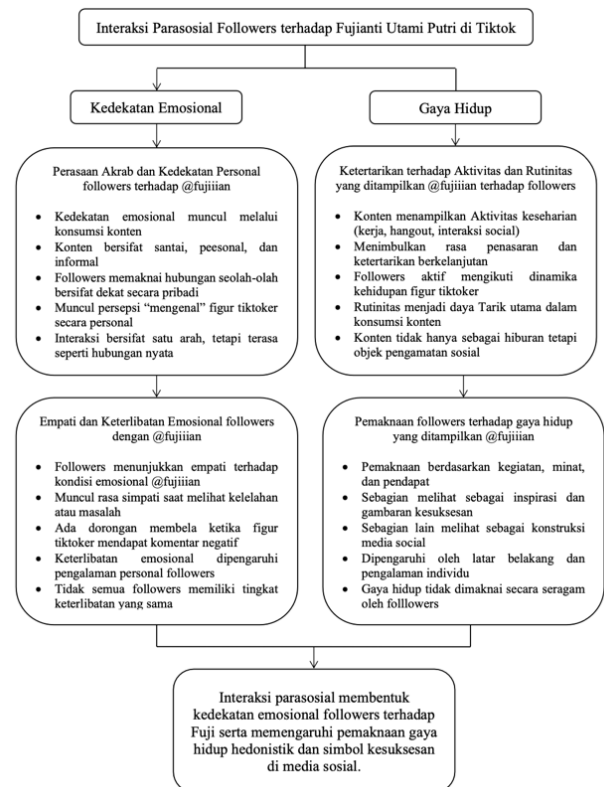
Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pengikut tidak menafsirkan gaya hidup Fuji dengan cara yang sama. Sementara beberapa pengikut memandang gaya hidup Fuji sebagai inspirasi dan penggambaran kesuksesan di usia muda, yang lain menganggap gaya hidup Fuji sebagai penggambaran kehidupan di media sosial yang mungkin tidak mewakili pengalaman kehidupan nyata. Kesenjangan makna ini membuktikan bahwa gaya hidup yang

digambarkan oleh para selebritis di platform media sosial tidak hanya diinterpretasikan oleh penonton, tetapi juga secara aktif dikonstruksi oleh penonton tergantung pada pengalaman, latar belakang, dan posisi sosial mereka sendiri. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 6 di bawah ini, interpretasi gaya hidup Fuji tidak terbatas pada konten yang diposting olehnya, tetapi juga oleh replikasi konten pengikutnya.



Gambar 6. Konten yang dibuat oleh salah satu followers @Fujiian.
 Sumber: Akun TikTok @Jbswood, (2026)

Komentar yang muncul mewakili proses perbandingan sosial di mana pengikut membandingkan keadaan keuangan mereka sendiri dengan kekayaan Fuji yang dianggap kaya. Implikasinya adalah bahwa gagasan tentang gaya hidup tidak tunggal, melainkan bergantung pada pengalaman individu dan latar belakang ekonomi dan bagaimana pengikut memandang simbolisme di balik kemewahan yang digambarkan. Berkenaan dengan studi saat ini, pengamatan khusus ini menegaskan bahwa ukuran aktivitas, minat, dan opini terjal dalam mendefinisikan makna pengikut, dalam hal ini gaya hidup Fuji dapat dilihat sebagai sumber inspirasi atau ukuran kesuksesan.



Gambar 7. Data Penelitian
 Sumber: Olah Data Penelitian, 2026

Secara keseluruhan, hasil olah data dari penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial antara followers dan Fujianti Utami Putri di TikTok tidak hanya terjalin melalui kedekatan emosional, tetapi juga melalui penciptaan gaya hidup tertentu yang dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh penonton. Yang emosionalitas terjadi karena tingkat konsumsi yang lebih pribadi, informal, dan berulang-ulang dalam rangka untuk menciptakan keakraban, empati, dan perasaan hubungan pribadi terhadap sosok siapa follower berikut. Di sisi lain, penyajian gaya hidup melalui penggambaran aktivitas sehari-hari, penampilan, dan kemewahan melambangkan dampak interaksi tersebut terhadap persepsi pengikut terhadap realitas sosial sebagai sumber inspirasi, cita-cita, atau bahkan sebagai penggambaran media. jauh dari kenyataan. Oleh karena itu, jelaslah bahwa interaksi parasosial di era digital merupakan proses yang rumit dimana para pengikutnya tidak pasif, melainkan peserta aktif dalam membangun interpretasinya berdasarkan pengalaman bersama, sehingga keberhasilan tokoh TikToker seperti Fuji tidak hanya terletak pada

konsistensi., tetapi juga pada kemampuan membangun penggambaran diri yang memicu keterlibatan emosional.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa identitas yang ditampilkan oleh Fuji diciptakan dalam dua cara utama, yaitu melalui identitas pribadi, yang menunjukkan kepribadian yang ramah, santai, dan autentik serta identitas profesional, yang mencakup peran sebagai figur TikTok dengan daya tarik dan kredibilitas untuk merek yang berbeda. Berdasarkan teori interaksionisme simbolik, diketahui bahwa identitas digital Fuji tercipta tidak hanya melalui presentasi diri tetapi juga melalui proses interaksi sosial dimana para pengikutnya berkontribusi pada penciptaan dan negosiasi makna dari gambar-gambar tersebut. disajikan. Umpan balik dari followers dalam menanggapi konten yang dibagikan memainkan peran penting dalam konstruksi identitas, terutama persepsi kedekatan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi parasosial antara followers dan Fujianti Utami Putri melalui TikTok muncul dari penggambaran diri yang personal, konsisten, dan komunikatif dalam konten digital yang dibagikan. 'Kedekatan emosional' para pengikut terwujud melalui konten informal dan asli dari kehidupan sehari-hari, sedangkan penggambaran gaya hidup dalam konten Fujianti Utami Putri ditandai dengan hadirnya simbol-simbol mewah yang tertanam lembut dalam visual keseharian yang naturalistik. Praktik hangout di lokasi mewah, liburan, penggunaan produk mewah, dan interaksi intensif di antara TikToker lainnya merupakan beberapa gaya hidup urban yang menggambarkan positioning kelas sosial tertentu. Namun penyajian konten tidak dilakukan secara langsung atau dilebih-lebihkan melainkan dilakukan dengan lembut dan indah sehingga tampak dekat dengan para pengikutnya dan sekaligus mengedepankan praktik konsumsi dan pemuasan kenikmatan dalam rutinitas. Cara penyajian ini sesuai dengan pemahaman Munawaroh (2022) yang menjelaskan bahwa hedonisme merupakan orientasi hidup yang mengutamakan kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan materi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami interaksi parasosial tidak hanya sebagai bentuk kedekatan emosional, tetapi juga sebagai proses konstruksi gaya hidup dan pembentukan makna sosial di media digital. Penelitian ini memosisikan followers sebagai subjek aktif yang menafsirkan pencitraan diri figur TikToker berdasarkan pengalaman, latar sosial, dan perspektif personal masing-masing. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa penggambaran gaya hidup yang ditampilkan secara personal dan repetitif di TikTok mampu membentuk identifikasi simbolik, orientasi aspiratif, serta relasi emosional yang bersifat ambivalen di kalangan followers.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakistuta, E. T., & Abduh, M. (2023). Dampak media sosial TikTok terhadap tindak tutur siswa sekolah dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(3), 1201–1217.
- Dewi, N. L. P. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2021). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa UNMAS. *EMAS*, 2(3).
- Handayani, H. (2023). Implementasi social media influencer terhadap minat beli konsumen: Pendekatan digital marketing. *JESYA: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 918–930.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap karakter siswa kelas V madrasah ibtidaiyah. *IBTIDA'*, 3(1), 112–119.
- Cahyo, A. D., Fitrianti, A., & Rahmawati. (2026). Personal branding akun TikTok dosen milenial @hendi.motivasi. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).
- Manullang, M., Elfani, E., Dewi, I., & Surya, E. (2025). Paradigma interpretif dan pendekatan kualitatif dalam pendidikan matematika. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 237–248.
- Munawaroh, M. (2022). Hedonisme remaja sosialita. *Ta'lim: Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 5(2), 194–210.
- Munidewi, I. A. B., & Pradipa, N. A. (2022). Mengisi kesengangan ruang riset akuntansi dan auditing melalui paradigma interpretif dengan teori sosiologi. *TEMA*, 23(2), 89–107.
- Naufal, Y., Monoarfa, T. A., & Musyaffi, A. M. (2025). Analisis pengaruh interaksi parasosial, persepsi nilai, dan kualitas produk terhadap niat beli produk preloved fashion secara online pada kalangan Gen Z di Jakarta. *Musytari*:

- Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 21(11), 61–70.
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Maulana, M. A., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai media promosi pemasaran dalam bisnis online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550.
- Patma, O. F., & Prihatin, S. D. (2025). Analisis resepsi Stuart Hall tentang poster silang pinjam antar perpustakaan Sepatu Jolifa. *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan dan Kearsipan*, 5(1), 52–65.
- Prameswari, A. (2024). *Analisis interaksi parasosial penggemar K-pop dalam penggunaan media sosial TikTok* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan interaksi parasosial dalam TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(1).
- Putri, F. A. (2023). Analisis resepsi konten pada akun TikTok @vmuliana terhadap kebutuhan informasi akan career preparation. *Medium*, 11(2), 221–234.
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi parasosial pada penggemar K-pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 15.
- Salsabilla, A., & Zulfiningrum, R. (2025). Motherhood dalam perspektif teori feminisme pada akun TikTok @megakenichiro_official. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 8(1), 102–114.
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023). Strategi konten TikTok @jpradarsemarang dalam meningkatkan engagement. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 5(2), 163–166.
- Sari, I. (2024). *Fenomenologi citra diri Fujianti Utami Putri sebagai influencer kontroversi pada akun Instagram @fuji_an* (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110–116.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *KOMUNIDA*, 1–12.
- Titania, I. P., & Sudradjat, R. H. (2024). Pengaruh konten Instagram dan kredibilitas beauty influencer Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup.
- Utami, N. S., Kusuma, R. S., & Kom, M. I. (2024). *Kedekatan emosional dalam hubungan parasosial ARMY terhadap BTS di Weverse* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi parasosial penggemar K-pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom ARMY di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243–260.
- Widyaningrum, S., Utari, P., & Alkhajar, E. N. S. (2026). Catfishing dalam penipuan asmara online di film *Sweet Bobby: My Catfishing Nightmare*. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 23–35.
- Wulansari, F. R., & Ifanisari, I. F. (2025). The representation of Fujianti Utami's identity on Instagram @fuji_an: A symbolic interactionism theory approach. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 8, 29–36.
- Wuwungam, K. E., Himpong, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi bagi mahasiswa. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(2).
- Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi informasi di perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.