

UNIVERSITAS GUNADARMA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Penulisan Ilmiah

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL X PADA AKUN
FANBASE @NOCONTEXTWINDAH SEBAGAI MEDIA
HIBURAN ANTAR PENGGEMAR DI KALANGAN
*FOLLOWERS***

Nama : Fanya Cantika Maharani
NPM : 10822350
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Yustisia Ditya Sari, S.Sos., M.I.Kom

Diajukan Guna Melengkapi Syarat Penulisan Ilmiah

Universitas Gunadarma

2025

PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI

Nama : Fanya Cantika Maharani
NPM : 10822350
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul PI : Pemanfaatan Media Sosial *X* pada Akun *Fanbase @nocontextwindah* sebagai Media Hiburan antar Penggemar di Kalangan *Followers*
Tanggal Sidang : 06 Februari 2025
Tanggal Lulus : 06 Februari 2025

Dengan ini menyatakan tulisan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan dapat dipublikasikan sepenuhnya oleh Universitas Gunadarma. Segala kutipan dalam bentuk apa pun telah mengikuti kaidah dan etika yang berlaku. Mengenai isi dan tulisan, merupakan tanggung jawab penulis sepenuhnya, bukan Universitas Gunadarma.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran.

Depok, 06 Februari 2025

Materai Rp. 10.000

Fanya Cantika Maharani

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Sosial *X* pada Akun *Fanbase @nocontextwindah* sebagai Media Hiburan antar Penggemar di Kalangan *Followers*

Nama Mahasiswa : Fanya Cantika Maharani

NPM : 10822350

Tanggal Sidang : 06 Februari 2025

Tanggal Lulus : 06 Februari 2025

Menyetujui,

Pembimbing

Kasubag Sidang PI

(Yustisia Ditya Sari, S.Sos., M.I.Kom)

(Dr. Siti Masitoh, SE., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom., M.I.Kom)

ABSTRAK

FANYA CANTIKA MAHARANI, 10822350

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL X PADA AKUN
@NOCONTEXTWINDAH SEBAGAI MEDIA HIBURAN ANTAR
PENGEMAR DI KALANGAN FOLLOWERS**

Kata Kunci : Media sosial, *X*, *Fanbase*, *New Media*, Hiburan

(xii + 66 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial *X* pada akun *fanbase @nocontextwindah* sebagai media hiburan di kalangan *followers*. Akun ini menjadi salah satu bentuk hiburan digital yang menyajikan konten humor tanpa konteks, seperti potongan video atau *meme*, dari aktivitas sang *streamer* yaitu Windah Basudara. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori *New Media*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap *followers* akun ini, yang menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya menyediakan hiburan ringan, tetapi juga menjadi sarana pelepasan stres dan penghubung emosional antarpenggemar. Konten humor yang sederhana tetapi relevan berhasil menciptakan rasa komunitas dan meningkatkan interaksi di antara para pengikut. Rentang tahun daftar pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2019–2024. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai alat hiburan sekaligus interaksi sosial di era digital, khususnya dalam komunitas penggemar.

ABSTRACT

FANYA CANTIKA MAHARANI, 10822350

UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA PLATFORM X ON THE @NOCONTEXTWINDAH ACCOUNT AS AN ENTERTAINMENT MEDIUM AMONG FOLLOWERS

Keywords : Social Media, X, Fanpage, New Media, Entertainment

(xii + 66 + Appendices)

This study aims to analyze the utilization of social media X on the fanbase account @nocontextwindah as a source of entertainment among its followers. This account serves as a form of digital entertainment that presents humor-based content without context, such as video clips or memes, derived from the activities of the streamer Windah Basudara. The research employs a qualitative descriptive method using New Media theory. Data is collected through interviews, observations, and documentation involving the account's followers, revealing that the account not only provides light entertainment but also serves as a medium for stress relief and emotional connection among fans. The simple yet relatable humorous content successfully fosters a sense of community and enhances interaction among followers. The year range of the bibliography used in this study is 2019–2024. This study is significant for understanding how social media is utilized as a tool for entertainment and social interaction in the digital era, particularly within fan communities.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan berkat, anugerah dan karunia yang melimpah , sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Ilmiah ini.

Penulisan Ilmiah ini disusun guna melengkapi sebagian syarat dalam mencapai gelar Setara Sarjana Muda pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Adapun judul Penulisan Ilmiah ini adalah “PEMANFAATAN MEDIA SO SIAL X PADA AKUN *FANBASE @NOCONTEXTWINDAH* SEBAGAI MEDIA HIBURAN ANTAR PENGGEMAR DI KALANGAN *FOLLOWERS*”.

Walaupun banyak kesulitan yang penulis harus hadapi ketika menyusun Penulisan Ilmiah ini, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya tugas ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih, kepada :

1. Prof. Dr. E.S. Margianti, SE., MM selaku Rektor Universitas Gunadarma
2. Prof. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
3. Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
4. Yustisia Ditya Sari, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan karya penulisan ilmiah ini.
5. Dr. Siti Masitoh, SE., M.I.Kom Kepala Sub. Bagian Sidang PI Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
6. Bapak Achmad Syirot dan Ibu Melfera, serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tanpa batas, tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan moral, serta pengorbanan material yang diberi.
7. Narasumber, Saudara Nadya Dwiputri Irmananda, Saudara Siti Nur Mujahida, Saudara Raysa Pasa Abdillah, dan Bapak Dnur Fathurrocman yang

telah bersedia meluangkan waktunya untuk memperoleh data dan membantu menyelesaikan penulisan ini

8. Teman – teman terbaik saya, Pasa, Muthiah, Nadya, Olivia, Siti, dan Arini yang selalu kebersamai saya, membantu, menyemangati, serta memberikan tawa setiap harinya di kehidupan peneliti. Terima kasih sudah membuat semuanya terasa lebih ringan dan penuh warna.
9. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dan memotivasi saya selama proses penulisan penelitian ini.

Akhir kata, hanya kepada Tuhan jualah segalanya dikembalikan dan penulis sadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, disebabkan karena berbagai keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menjadi perbaikan di masa yang akan datang.

Depok, 06 Februari 2025

Fanya Cantika Maharani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Masalah.....	8
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Konseptual	10
2.2 Landasan Teori.....	24

2.3 Penelitian terdahulu.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Subjek Penelitian Dan Objek Penelitian.....	30
3.2 Pendekatan penelitian	30
3.3 Paradigma Penelitian.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Teknik Penentuan Informan	33
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV	36
HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Media Sosial X Akun @nocontextwindah.....	36
4.2 Temuan Penelitian	41
BAB V.....	53
PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR LAMPIRAN	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2 Tabel Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 Gambar Hasil Survei We Are Social 2024.....	2
GAMBAR 1. 2 Gambar Media Sosial X Akun Fanpage @nocontextwindah	6
GAMBAR 4. 1 Gambar Media Sosial X Akun Fanpage @nocontextwindah	36
GAMBAR 4. 2 Gambar Konten Akun Fanpage @nocontextwindah.....	37
GAMBAR 4. 3 Gambar Konten Akun Fanpage @nocontextwindah.....	38
GAMBAR 4. 4 Gambar salah satu konten hiburan dari akun @nocontextwindah.....	42
GAMBAR 4. 5 Gambar salah satu konten yang memotivasi dari akun @nocontextwindah.....	45
GAMBAR 4. 6 Gambar komen akun @nocontextwindah.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Transkrip Wawancara.....	57
Lampiran B. Dokumentasi Wawancara	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

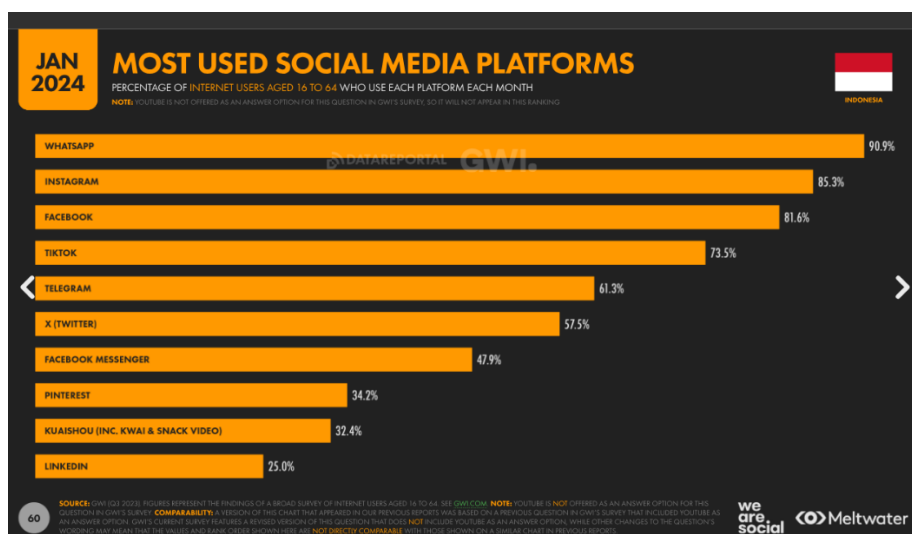
Perkembangan teknologi di dunia semakin maju dan pesat sehingga berbagai jenis media komunikasi sudah banyak bermunculan. Internet dan media sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan teknologi di Indonesia semakin kuat, terutama pada media sosial yang merupakan bentuk perkembangan untuk mempermudah manusia dalam melakukan interaksi antar individu yang menjadi lebih cepat, efektif, dan efisien untuk mendapatkan sebuah informasi, kebutuhan sehari-hari, sampai kebutuhan hiburan bagi penggunanya. Di era media baru, media sosial yaitu suatu media *online* dimana para penggunanya dapat bersosialisasi satu sama lain dan bertukar pikiran di dalam jaringan secara global. Media baru tidak hanya menghubungkan ke akses yang lebih luas, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan personal dibandingkan media tradisional seperti televisi, dan radio.

Media sosial sekarang digunakan sebagai pilihan perantara dalam pertukaran pesan dan dapat berinteraksi dengan komunitas satu dengan komunitas lainnya. Melalui media sosial juga menjadi lebih memudahkan masyarakat untuk bisa mengekspresikan dan mengungkapkan informasi langsung dari media sosial di tambah dengan kebutuhan informasi yang meningkat serta membuat media sosial menjadi berkembang berbagai bentuk dan pemanfaatannya, salah satunya sebagai wadah media hiburan. Terdapat beberapa media sosial yang paling populer diantaranya adalah *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *TikTok*, *Instagram*, *LinkedIn*, dan *Youtube*.

Indonesia menjadi salah satu Negara yang paling aktif di media sosial menurut hasil laporan *We Are Social* pada Januari 2024, saat ini pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139,0 juta pengguna yang setara dengan 49,9 persen dari total populasi di Indonesia, maka dapat membuktikan bahwa

kesadaran masyarakat Indonesia terhadap penggunaan media sosial terus meningkat seiring dengan kemudahan akses yang tersedia. Selain itu, pemanfaatan media sosial di berbagai sektor menjadi salah satu faktor utama yang mendorong popularitasnya di kalangan pengguna. *X (Twitter)*, sebagai salah satu *platform* yang sering digunakan, memberikan ruang bagi interaksi dan partisipasi aktif. Tidak hanya sebagai sarana sebuah informasi dan alat komunikasi yang efektif, *X (Twitter)* juga bermanfaat sebagai sebuah sarana media hiburan bagi penggunanya (*We Are Social*, 2024).

Banyak sekali kemunculan berbagai akun pada *platform* media sosial *X*, yang kini menjadi media sosial paling populer di Indonesia. Menurut data dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif *X (twitter)* di Indonesia pada April 2024 telah mencapai 24,85 juta orang. Pengguna *X (twitter)* di Indonesia sendiri termasuk dalam sepuluh besar, yang menduduki peringkat ke 6 pada kategori *platform* media paling banyak digunakan.



GAMBAR 1. 1 Gambar Hasil Survei We Are Social 2024.

Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Terdapat akun-akun yang mencakup beragam kategori, mulai dari personal, bisnis, hingga komunitas yang memanfaatkan *platform* tersebut untuk berinteraksi dan berbagi konten. Di antara *platform* media sosial yang populer

di Indonesia, media sosial *X* (dahulu dikenal sebagai *Twitter*), *X* menjadi *platform* penting dalam membangun jejaring dan memperluas jangkauan di mana melalui *platform X* pengguna dapat membuat konten menarik seperti video lucu, *meme*, diskusi trending, hingga topik-topik yang beredar dengan berdasarkan teks, gambar, serta video pengguna juga dapat berdiskusi pada kolom komentar. Selain itu, media sosial *X* juga semakin berkembang sebagai media hiburan. Meskipun semua media sosial dapat dianggap sebagai media hiburan, bentuk hiburan yang disajikan berbeda-beda tergantung pada karakteristik *platform* dan jenis kontennya. Hiburan dalam media sosial tidak hanya sebatas konsumsi konten visual dan audio, tetapi juga mencakup berbagai bentuk interaksi yang melibatkan emosi, keterlibatan, serta partisipasi aktif dari penggunanya.

Pada penelitian ini, media hiburan yang dimaksud mengacu pada hiburan berbasis komunitas dan interaksi sosial, di mana para penggemar dapat menikmati konten yang menghibur sekaligus berpartisipasi dalam percakapan yang membangun rasa kebersamaan. Hiburan ini berbeda dengan hiburan pasif seperti menonton film atau mendengarkan musik, karena dalam media sosial *X (Twitter)*, pengguna dapat berkontribusi dalam diskusi, berbagi reaksi, serta menciptakan konten ulang yang memperkaya pengalaman hiburan secara kolektif.

Pemanfaatan media sosial di era digital saat ini telah berkembang pesat, seperti salah satu *platform* yang paling menonjol yaitu aplikasi media sosial *X* menjadi salah satu wadah media hiburan yang sedang trend kehadiran media sosial dengan berbagai jenis konten *online* juga selain dapat berinteraksi sesama pengguna lain sampai bertukar informasi. Ini juga mendorong interaksi sosial di dalam komunitas virtual dimana pengguna dapat membuat profil publik tentang diri mereka sendiri, berbicara dengan pengguna lain tentang kehidupan mereka, dan bertemu dengan orang lain yang berbagi nilai-nilai serupa untuk menciptakan koneksi yang berarti baik *online* maupun *offline* (Griffiths, 2005), dikutip dalam Skripsi Anisa Sapriyani. 2024. Hubungan Parasosial Antara

Fanatisme Penggemar BTS Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Komunitas Army Indonesia Di *Twitter*).

Kemajuan yang signifikan dalam menggunakan media sosial *X* menandakan bahwa *platform* ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi formal, tetapi juga wadah hiburan yang memungkinkan pengguna untuk menemukan dan berinteraksi dari berbagai arah yang memiliki minat serupa (Anisa Sapriyani, 2024). *Platform* ini juga mendorong terjadinya interaksi di antara pengguna dari berbagai minat khusus, seperti komunitas penggemar (*fanbase*), yang memanfaatkan *platform X* untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dalam membahas berbagai topik yang mereka gemari. *Fanbase* biasanya terbentuk dari kelompok penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap seorang figur publik atau konten tertentu, seperti musisi, aktor, maupun *influencer*. Pada media sosial *X* terdapat salah satu akun yang menarik dikelola oleh penggemar yang tumbuh mengikuti atau menyukai dari seorang Windah Basudara.

Brando Franco Windah atau yang sering disebut Windah Basudara merupakan seorang *streamer* dan *gamer* yang terkenal di Indonesia. Ia bermula dari saluran *youtube* yang kecil, hanya dengan bermain *gameplay* sederhana, lalu berkat dedikasinya, kini ia menjadi streamer terkenal dengan menyajikan berbagai jenis *game* mulai dari *game* populer hingga *game-game* unik. Ia terkenal dengan gaya penyampaiannya yang santai, humoris, dan terkadang penuh dengan spontanitas sehingga ia dicintai oleh penggemarnya. Seiring berjalannya waktu, ia berhasil menghimpun jutaan pengikut di berbagai *platform* media sosial. Kepribadiannya yang apa adanya dan interaksi yang dekat dengan para *viewer* membuat Windah Basudara bukan hanya seorang gamer tetapi sosok yang berdampak kepada para penggemarnya.

Windah Basudara dikenal tidak hanya karena konten dan *stream gaming* yang ia buat, tetapi juga karena kedekatannya dengan para penggemar. Ia sering memanggil pengikutnya dengan sebutan “bocil”, “adik-adik” dan “kawan-kawan” yang sering mencerminkan gaya santai yang hangat dengan suasana

humoris. Hubungan emosional ini sangat berpengaruh dalam membentuk komunitas penggemarnya yang kuat, Dimana para pengikut merasa memiliki ikatan yang khusus dengan Windah melalui interaksi di media sosial (Daniel, Jandy, dan Astri, 2022).

Terdapat akun pada *platform* media sosial *X* yaitu @nocontextwindah yang merupakan satu-satunya akun fanbase dari streamer Windah Basudara dan dibuat anonim oleh salah satu penggemarnya yang menyajikan potongan-potongan konten *streamer YouTube* dari sang idola yang bersifat humoris dan sering kali tanpa konteks yang jelas. Potongan-potongan video yang diunggah pada akun tersebut menjadi sorotan perhatian karena menyajikan berbagai sisi spontan dari sang *streamer YouTube* Windah yang menghibur penonton pengikutnya. Akun ini mempunyai 282,6 ribu pengikut, mulai dari yang aktif berinteraksi melalui komentar, *retweet*, sampai diskusi pada jangkauan konten yang diunggah. Selain itu, bentuk hiburan yang ditawarkan oleh akun fanbase seperti @nocontextwindah lebih berorientasi pada humor, nostalgia, dan ketertarikan emosional dengan idola. Akun ini menjadi tempat hiburan yang melibatkan penggemar secara langsung, di mana mereka bisa menikmati konten dengan cara yang lebih dekat dan sesuai dengan pengalaman mereka, dibandingkan dengan hiburan biasa.

Akun @nocontextwindah dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik unik dalam menyajikan hiburan di media sosial *X (Twitter)*. *Platform X* dikenal sebagai media sosial yang dinamis, interaktif, dan real-time, dimana pengguna dapat dengan cepat membagikan, merespons, serta berdiskusi tentang berbagai topik yang sedang trending. Dibandingkan dengan *platform* lain, *X* memungkinkan tersebarnya konten secara luas melalui fitur *retweet*, *reply*, dan *like*, sehingga interaksi antar pengguna lebih aktif dan spontan.



GAMBAR 1. 2 Gambar Media Sosial X Akun Fanbase @nocontextwindah

Sumber: <https://x.com/nocontextwindah>

Hasil wawancara dari pra observasi yang dilakukan sebelumnya dengan salah satu pengikut akun @nocontextwindah yang bernama Pasa, menunjukkan bahwa penggunaan akun ini sebagai media hiburan sangat relevan dalam memenuhi kebutuhan hiburan penggemar. Salah satu *followers* tersebut mengatakan bahwa konten yang diunggah akun ini kerap menjadi pengalihan positif atau stres, terutama melalui penyajian potongan-potongan konten *streamer youtube* dari sang idola yang bersifat humoris dan konten yang mudah diakses. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa akun @nocontextwindah dianggap mampu membangun relasi antar penggemar dengan membagikan momen lucu atau *relatable* yang memancing komentar dan interaksi dari sesama penggemar, sehingga membentuk rasa komunitas di antara mereka.

Fenomena *fanbase* seperti akun @nocontextwindah menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai *platform* di mana komunitas dengan minat yang sama dapat terhubung dan berbagi pengalaman. Akun *fanbase* ini berperan penting dalam memperkuat hubungan di antara penggemar Windah Basudara dan menciptakan lingkungan yang inklusif dan interaktif. Melalui akun ini, penggemar dapat mengekspresikan rasa suka, berbagi tawa, serta berinteraksi secara langsung

maupun tidak langsung dengan penggemar lain yang memiliki ketertarikan yang sama. Dalam konteks ini, penggemar dapat memperoleh wawasan tentang aspek pribadi dan kehidupan sehari-hari idola mereka (Anisa, Sapriyani, 2024).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam analisisnya di media sosial. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kamila dan Pithaloka (2023) meneliti komunikasi anonim pada akun *autobase Twitter @JPFBASE* sebagai media komunikasi bagi penggemar *pop-culture* Jepang, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun *autobase* berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, hiburan dan berperan penting dalam menyatukan individu dengan minat yang sama, menciptakan ruang virtual di mana pengguna merasa nyaman berkomunikasi dan berinteraksi. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memfasilitasi terbentuknya komunitas dengan ikatan sosial kuat, meskipun para anggotanya tidak saling mengenal secara pribadi.

Selanjutnya berdasarkan penelitian yang diteliti mengenai fungsi media sebagai sarana hiburan dan komunikasi menyoroiti peran media dalam menciptakan ruang yang dapat meredakan stres dan memberikan rasa bahagia pada penggunanya. Jaya dan Zahara (2022) menguraikan bahwa media hiburan tidak hanya menjadi alat pengalihan, tetapi juga berfungsi sebagai “mesin emosi” yang dapat menggerakkan perasaan pengguna, baik positif maupun negatif. Hiburan dalam media membantu meredakan perasaan negatif dan menjadi sarana untuk mengatasi tekanan sehari-hari dengan menyediakan konten yang menghibur. Berkaitan erat dengan studi pada akun *@nocontextwindah*, yang juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan bagi penggemar Windah Basudara. Seperti yang ditemukan Jaya dan Zahara, penggunaan media sebagai saluran hiburan berfungsi penting dalam memberikan kesenangan dan kenyamanan kepada audiens. Pendekatan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana hiburan yang efektif, di mana konten tanpa konteks seperti yang dibagikan oleh *@nocontextwindah*

memainkan peran signifikan dalam memenuhi kebutuhan hiburan para pengikutnya.

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang pemanfaatan media sosial bagi kalangan *followers* dan berdasarkan fenomena, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *X* Pada Akun *Fanbase @nocontextwindah* sebagai Media Hiburan di Kalangan *Followers*.” Dimana penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana akun tersebut dimanfaatkan sebagai sarana hiburan oleh pengikutnya dan bagaimana interaksi di dalamnya membentuk suasana komunitas yang menghibur di *platform X*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *X* pada Akun *@nocontextwindah* sebagai Media Hiburan di Kalangan *Followers*?”

1.3 Tujuan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *X* pada akun *@nocontextwindah* sebagai media hiburan di kalangan *followers*.”

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2024-Januari 2025 dan membatasi penelitian pada pemanfaatan akun *fanbase @nocontextwindah* sebagai media hiburan di media sosial *X*, khususnya di kalangan *followers*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam memahami bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana hiburan dan interaksi di kalangan komunitas penggemar di *platform X*. Penelitian ini bertujuan

untuk menjadi referensi bagi yang menganalisis peran media sosial dalam membentuk dan memperkuat ikatan komunitas, serta berfungsi sebagai media ekspresi dan hiburan bagi para penggunanya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan bagi akademisi dalam mempelajari fenomena interaksi virtual di *platform* media sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola akun *fanbase* dan komunitas daring dalam memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana hiburan yang efektif untuk menarik minat pengikut. Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan masukan bagi pengguna *platform X* dalam memahami dinamika interaksi di komunitas penggemar serta meningkatkan fitur yang mendukung kebutuhan komunikasi dan interaksi yang lebih kuat antar pengguna. Bagi penggemar Windah Basudara dan komunitas serupa, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman mengenai pentingnya interaksi di ruang digital untuk membangun rasa kebersamaan dan saling mendukung di antara anggota komunitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Konseptual

2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi (communication) berasal dari kata Latin "communicatio," yang berasal dari kata "communis," yang berarti "sama." Komunikasi adalah proses di mana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media, yang kemudian menghasilkan efek tertentu. Sementara kata "massa" lebih terkait dengan orang yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media massa. Menurut Hadi, Wahjudianata, dan Indrayani (2021:3) mereka digambarkan sebagai orang banyak yang tidak harus berada di lokasi yang sama, bisa tersebar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan menerima pesan komunikasi massa yang sama.

Bentuk media komunikasi massa meliputi televisi, radio, surat kabar, majalah, dan media online, yang memungkinkan informasi diterima sekaligus oleh banyak orang. Dengan begitu media massa yaitu sarana komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara cepat dan serentak kepada audiens yang besar dan beragam. Menurut definisi Bitner yang paling sederhana, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan pada sejumlah besar orang melalui media massa (*mass communication is messages communicated thorough a mass medium to a large number of people*). Maka dari definisi tersebut bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa (Ardianto,2004).

Hadi, Wahjudianata, dan Indrayani (2021:6) menjelaskan bahwa komunikasi massa meliputi unsur yang tercakup, adapun karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1) Komunikator Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa berasal dari institusi media atau lembaga pers yang sudah terstruktur. Setiap individu yang terlibat adalah bagian dari organisasi dengan sistem yang sudah diatur dan terstandarisasi. "Elemen utama dalam komunikasi massa adalah lembaga media yang berperan menyampaikan pesan dengan pola yang terstruktur dan sistematis.

2) Komunikasi Bersifat Anonim dan Heterogen

Audiens komunikasi massa tersebar luas, anonim (tidak saling mengenal), dan heterogen, mencakup berbagai usia, status, dan latar belakang. "Komunikasi dalam komunikasi massa memiliki karakteristik anonim dan heterogen, yang berasal dari beragam kelompok usia, pendidikan, dan status sosial.

3) Pesan Bersifat Umum dan Universal

Pesan dalam komunikasi massa bersifat umum, ditujukan bagi khalayak luas tanpa terbatas pada kelompok tertentu. "Pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum dan universal, mencakup topik luas yang dapat diterima audiens dari berbagai kalangan.

4) Komunikasi Bersifat Satu Arah

Pesan dalam komunikasi massa mengalir dari komunikator ke audiens tanpa umpan balik langsung; jika ada respons, sifatnya tertunda. "Komunikasi massa berjalan satu arah dari komunikator ke audiens, sehingga umpan balik yang diterima cenderung tidak langsung.

5) Keserempakan dan Kesenjangan

Proses penyampaian pesan berlangsung secara serempak dan serentak ke audiens yang tersebar luas. "Media massa memungkinkan keserempakan dalam penyebaran pesan sehingga audiens dapat menerima informasi hampir bersamaan.

6) Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa membutuhkan peralatan teknis, seperti satelit dan pemancar, agar pesan dapat tersampaikan dengan cepat dan luas. "Penyebaran pesan dalam komunikasi massa sangat bergantung pada perangkat teknis yang memfasilitasi penyampaian yang cepat dan efektif.

7) Kontrol oleh Gatekeeper

Gatekeeper, seperti editor dan manajer pemberitaan, menyaring dan mengemas informasi agar lebih sesuai bagi audiens. "Gatekeeper berperan penting dalam mengontrol kualitas informasi yang disampaikan agar pesan yang diterima sesuai dengan tujuan media massa.

Berdasarkan uraian penjelasan tentang karakteristik komunikasi massa diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa ditandai oleh proses komunikasi yang dilakukan melalui Lembaga yang terorganisir, dengan audiens besar, anonym, dan beragam. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan dilakukan secara satu arah secara bersamaan, didukung oleh teknologi modern, serta diawasi oleh gatekeeper yang mengatur informasi. Kehidupan sehari-hari tidak dapat lepas dari peran komunikasi massa yang menyediakan banyak informasi bagi manusia. Selain memberikan informasi kepada masyarakat, komunikasi massa juga melakukan fungsi lain, seperti yang dijelaskan menurut Charles Wright (1986:3-28), fungsi utama komunikasi massa mencakup antara lain:

- 1) Pengawasan (Surveillance), media menyediakan arus pemberitaan yang terus – menerus terkait pada pesan sehingga audiens dapat menyadari perkembangan di sekitarnya dan potensi bahaya lainnya.
- 2) Korelasi (Correlation), media menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi dari berbagai peristiwa harian dan membantu audiens memahami relevansi pesan yang disampaikan.

- 3) Sosialisasi (Socialization), mensosialisasikan individu agar dapat berpartisipasi dalam Masyarakat, menciptakan pengalaman dan harapan bersama tentang perilaku yang sesuai
- 4) Hiburan (Entertainment), menyediakan hiburan bagi audiens yang memungkinkan mereka melepaskan diri sejenak dari tanggung jawab sosial sehari-hari. Dikutip oleh Hadi, Wahjudianata, dan Indrayani (2021) dalam buku komunikasi massa.

Keempat fungsi yang telah diuraikan, menunjukkan bahwa komunikasi massa memiliki peran yang jauh lebih besar dalam membentuk perspektif, pemahaman, dan tindakan individu dan kelompok dalam masyarakat yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi komunikasi massa juga berfungsi sebagai dorongan yang menghubungkan, memperkaya dan meningkatkan kesejahteraan sosial, budaya, dan psikologis masyarakat secara keseluruhan dengan menyediakan informasi penting, menciptakan pengalaman bersama, dan menawarkan hiburan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

2.1.2 New media

New media atau yang bisa disebut dengan media baru adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai teknologi komunikasi yang menggunakan media digital yang berbasis internet seperti komputer, handphone, atau gadget lainnya yang penggunaannya luas untuk keperluan pribadi sebagai alat komunikasi. Secara harfiah, New diartikan baru, sedangkan media berarti alat yang sama halnya dengan merujuk pada alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan melewati internet. Rahmanita Ginting, dkk (2021) menjelaskan media ini fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat digunakan secara publik atau privat.

Menurut Primayanti dan Noza (2019) *new media* atau media baru merupakan alat yang kini berperan besar dalam menyampaikan pesan

kepada masyarakat luas melalui teknologi digital, yang juga dikenal sebagai teknologi komunikasi dan informasi. Istilah “*new media*” sering dipakai untuk merujuk pada media berbasis internet yang menekankan interaktivitas, partisipasi pengguna, serta penyebaran konten secara cepat dan mendunia. Media baru dideskripsikan sebagai produk teknologi komunikasi yang hadir bersamaan dengan komputer digital. Sebelum tahun 1980-an, media massa memaksimalkan penggunaan cetak dan model analog, seperti koran, televisi, sinema, dan radio. Namun sekarang hadir dengan bentuk digitalisasi (Creeber dan Martin, 2009).

Kekuatan *new media* terletak pada teknologi komunikasi berbasis komputer, yang mempermudah dan mempercepat akses informasi dari internet. Sifat yang mudah diakses juga menjadi keunggulan, karena pengguna kini tidak hanya bisa menggunakan komputer tetapi juga perangkat lain seperti ponsel/*smartphone*. Selain itu, *new media* memiliki sifat jaringan yang memungkinkan koneksi antar pengguna melalui internet dengan adanya *platform* yang menghubungkan koneksi internet dan sangat interaktif karena melibatkan respon pemakai secara aktif (Setiawan Rudi, 2013).

New media tergolong dalam kategori komunikasi massa, karena media baru ini berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas menggunakan teknologi digital, salah satu jenis contohnya adalah seperti internet, di mana internet juga dikenal sebagai media baru. Menurut penjelasan (Mondry, 2008) media online didefinisikan sebagai media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, fleksibel, berkarakter, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik. Maka dapat disimpulkan bahwa media baru merupakan konsep pemahaman tentang kemajuan teknologi dari waktu ke waktu, yang sebelumnya bersifat manual kini menjadi cepat secara otomatis dan yang dahulu rumit kini menjadi mudah dan ringkas.

Menurut penjelasan Mcquail (2011), mengumumkan bahwasannya secara umum media baru telah disambut juga oleh media baru dengan adanya ketertarikan yang kuat, positif, dan bahkan pengharapan serta perkotaan yang bersifat euphoria, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifikansi mereka. Dengan semakin majunya penggunaan internet maka akan didukungnya kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadilah pemekaran dari media – media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan *new media* atau media baru, dikutip dalam Skripsi Aven, Roofid Rizqullah. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @kedaijogjaistimewa Sebagai Media Promosi Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran.

Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar – dasar penyiaran (2011), menyatakan bahwa media baru membuat pencarian informasi lebih mudah dan lebih cepat. Adapun beberapa manfaat dan fungsi lainnya, seperti:

- 1) Pencarian informasi dan kebutuhan sehari - hari lebih mudah, manfaat ini memudahkan manusia untuk mencari serta mendapatkan apa yang mereka butuhkan, baik jual beli online, membeli barang di online shop, serta pencarian informasi.
- 2) Efisiensi dalam berkomunikasi, selain itu media baru memberikan kemudahan berkomunikasi satu sama lain di tempat dan waktu yang berbeda.
- 3) Media hiburan, pemanfaatan ini termasuk dalam penggunaan seperti bermain game online, mendengarkan lagu, dan menonton video.
- 4) Sarana Pendidikan, tidak hanya itu menggunakan dalam mengakses buku digital dan melakukan proses belajar mengajar hal tersebut termasuk dalam manfaat yang besar. Dikutip dalam Alisty, Diandra Nessia. (2021). *Pengertian New Media dan Manfaatnya*. Perpustakaan.bsn.go.id.

Kemunculan new media atau media baru menunjukkan dampak besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet, manusia dapat terhubung tanpa batasan wilayah dan waktu, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas serta dapat mengakses informasi kapan saja. Selain sebagai alat komunikasi, media baru juga dimanfaatkan sebagai sumber hiburan dan sarana untuk mengekspresikan diri.

2.1.3 Sosial Media

2.1.3.1 Definisi Sosial Media

Media sosial adalah *platform* digital yang dirancang untuk dapat membantu berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagai konten melalui jaringan internet. Media sosial telah menjadi dasar penting dari kehidupan sehari – hari, sehingga para pengguna dari seluruh dunia dapat menggunakan dan memanfaatkannya untuk berkomunikasi, bertukar informasi, hingga membangun jaringan dengan orang lain. Media sosial merupakan gabungan dari dua kata, “media“ dan “sosial“. Media secara sederhana dapat diartikan sebagai wadah yang menghubungkan dengan satu yang lainnya untuk berkomunikasi dan “sosial“ sendiri dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang menghadirkan suatu kerjasama antar individu sehingga dapat membentuk suatu komunitas baru.

Menurut Nasrullah dalam buku media sosial (2015) menyatakan bahwa “Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial“. Maka kesimpulan yang didapat adalah media sosial merupakan *platform* yang memfokuskan keberadaan pengguna, memfasilitasi

aktivitas dan kolaborasi, serta memperkuat ikatan sosial di dunia digital.

Nasruallah (2015) menyatakan bahwa media sosial terdapat berbagai jenis utama yaitu enam kategori besar dalam pembagian media sosial di antaranya yakni:

1) Media jejaring sosial (*social networking*)

Jenis media sosial yang paling populer dan digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial sehingga pengguna dapat terhubung dengan teman, keluarga serta menemukan perkumpulan atau komunitas berdasarkan minat dan kesenangan yang serupa.

2) Jurnal online (*blog*)

Blog adalah jenis media sosial yang memberi penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi. Contohnya seperti wordpress atau blogspot.

3) Jurnal online sederhana atau mikroblog (*microblogging*)

Hampir sama dengan jenis media sosial blog, *microblogging* dapat menulis dan mempublikasikan aktivitas maupun pendapat, contohnya kemunculan platform X (twitter) yang hanya menyediakan 140 karakter.

4) Media berbagi (*media sharing*)

Jenis media ini memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file) video, audio, gambar dan sebagainya

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial termasuk dalam jenis media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

6) Media konten bersama (*wiki*)

Media sosial jenis wiki adalah konten atau informasi yang tersedia didalamnya juga hasil kolaborasi para penggunanya.

2.1.3.2 Tujuan dan Fungsi Media Sosial

Media sosial mempunyai tujuan yaitu untuk sebuah wadah para pengguna berkomunikasi, berinteraksi, berbagi dan bekerja sama. Media sosial dibuat untuk memperluas jaringan sosial dan memungkinkan individu dan organisasi terlibat dalam percakapan publik secara *real-time*. Menurut Kaplan dan Hein (2010), “tujuan media sosial adalah menyediakan sarana bagi pengguna untuk menciptakan, bertukar dan mengakses konten yang relevan” yang mencakup topik berbagai bidang mulai dari personal hingga profesional. Tidak hanya itu, media sosial juga memungkinkan sebagai pengembangan identitas digital, yang sering mencerminkan minat, opini, dan nilai – nilai pribadi.

Boyd dan Ellison (2007) menjelaskan bahwa media sosial memiliki beberapa fungsi penting dalam kehidupan digital modern, fungsi utama media sosial sebagai berikut:

- 1) Membangun jaringan dan relasi sosial. Fungsi ini memungkinkan orang dari berbagai lingkungan yang berbeda sehingga berinteraksi dengan lebih banyak orang.
- 2) Komunikasi dan berbagi informasi. Terciptanya lingkungan yang mendukung komunikasi dua arah antar pengguna.
- 3) Ekspresi diri dan pembangunan identitas. Menampilkan identitas melalui konten yang dibagikan serta mengekspresikan diri dengan bergabung ke dalam suatu topik yang relevan.
- 4) Hiburan. Pengguna dapat mengakses berbagai konten yang mereka sukai yang memberikan pengalaman hiburan secara personal dan interaktif.

Berdasarkan dari fungsi yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa selain menjadi alat komunikasi media sosial juga terdapat peran yang penting untuk kehidupan sehari – hari dari

meningkatkan berbagai akses informasi dan memperkuat jaringan sosial, media sosial mampu memengaruhi emosional dan menciptakan hubungan sosial digital.

2.1.4 X (Twitter)

Platform X atau yang sebelumnya sering dikenal sebagai twitter merupakan situs web yang sekarang dimiliki dan dioperasikan oleh X Corp., Perusahaan Amerika Serikat penerus Twitter, Inc. Sejarah awal dibangunnya twitter atau nama seblum X muncul, didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey diluncurkan pada bulan berikutnya di bulan Juli. Seorang pembisnis berasal dari Amerika serikat bernama Elon mosk telah membeli platform Twitter tersebut pada bulan Oktober 2022 dan mengubah nama perusahaan menjadi X corp.

X adalah jejaring sosial berupa microblog sehingga memungkinkan pengguna untuk berbagi mengirim dan membaca pesan atau yang disebut kicauan (*tweets*). Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan *followers*. Tidak hanya itu, X dapat mengunggah sebuah postingan gambar dan klip video serta fitur lain yang mendukung seperti suka (*like*), posting ulang, memebri komentar, mengutip postingan, dan mengirim pesan langsung (*Direct Message*). Zarella (2010:3) menjelaskan deskripsi dari beberapa elemen dasar di twitter, antara lain sebagai berikut

1) *Tweet*

Digunakan untuk awalan mengirim pesan hingga 140 karakter dan bisa dengan teks, foto, video atau link.

2) *Timeline*

Daftar *tweet* terbaru dari pengguna twitter yang diikuti pemilik akun, termasuk *tweet* yang dibuat pemilik akun.

3) Ikuti (*follow*)

Untuk mengikuti akun dan inromasi yang disampaikan oleh pengguna akun.

4) *Reply*

Menjawab tweet berupa komen atau balasan yang masuk dari pengikut ataupun bukan,

5) *Retweet*

Digunakan untuk menyalin isi tweet dari akun lain, seperti pemilik akun membuat tweet tentang sesuatu dan para pengikut (*followers*) dapat me-*retweet* lalu akan dilihat oleh pengikut orang yang me-*retweet* tersebut.

6) *Direct Message (DM)*

Fasilitas berkirim pesan antar pengguna secara lebih privasi.

7) *Trending Topics*

Twitter menggunakan algoritma untuk melacak kata – kata yang sering digunakan sehingga menampilkan topik yang sedang hangat dibicarakan.

8) *Mention (@)*

Symbol ini berada di awal sebelum menunjukkan nama akun untuk melakukan komunikasi.

9) *Hastag*

Hastag atau tanda pagar (#) yang digunakan untuk menandai kunci topik yang dicari agar mudah dicari.

Keunggulan pada fitur – fitur pada platform X memungkinkan para penggunanya sebagai media untuk ekspresi diri, informasi hingga promosi dan bahkan sebagai wadah interaksi untuk menjalin suatu kesamaan dan kesukaan bagi antar penggemar di kalangan pengikut di sebuah akun fanbase. Pengguna X (twitter) dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya, yang berarti pengguna dapat saling berbagi informasi untuk membahas topik yang sedang terjadi, pembahasan yang relevan dan diminati hingga dapat melakukan pencarian tweet dengan hastag tertentu (Noviariansyah, Avinda, 2023).

2.1.5 Followers

Pengguna platform media sosial yang memilih untuk memilih atau mengikuti akun lain untuk mendapatkan pembaruan konten yang diunggah oleh akun tersebut disebut sebagai *followers*. Dalam konteks media sosial, *followers* atau pengikut berarti seseorang yang memilih, melihat, dan mengikuti unggahan orang lain di platform jejaring sosial yang memungkinkan seseorang untuk membagikan informasi atau pendapatnya (Cambridge Dictionary, 2022).

Followers memiliki peran penting dalam mendorong interaksi dan memperluas jaringan sosial sebuah akun, karena mereka dapat berkomentar, menyukai, atau membagikan konten yang menarik bagi mereka. Selain itu, keberadaan pengikut juga memotivasi akun untuk terus menciptakan konten, seiring dengan meningkatnya harapan para pengikut terhadap informasi atau hiburan yang disajikan.

2.1.6 Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata dasar “manfaat” yang artinya sesuatu yang berguna atau berfaedah. menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manfaat diartikan sebagai guna, cara, perbuatan memanfaatkan yang dilakukan seseorang untuk kepentingan bersama. Poerwadarminto menyatakan pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara, atau perbuatan menjadikan sesuatu yang menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar “manfaat” yang berarti faedah, dengan imbuhan “pe-an” yang menunjukkan proses atau tindakan dalam memanfaatkan sesuatu.

Hal tersebut dapat kita temukan di media sosial yang digunakan sebagai tempat hiburan dan interaksi bagi penggemar. Media sosial bukan sekedar alat komunikasi, tetapi juga dapat mempererat hubungan antar pengguna serta hiburan lewat berbagai konten yang menarik. Maka dapat diartikan pemanfaatan bukan hanya soal penggunaan biasa, tetapi juga bagaimana cara seseorang memanfaatkan sesuatu demi kepentingan

bersama, seperti akun @nocontextwindah yang menjadi contoh sebuah akun bisa dimanfaatkan untuk menghibur serta membangun komunitas.

2.1.7 Media Hiburan

Padatnya aktivitas manusia saat ini menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan penting. Salah satu jenis hiburan yang banyak digemari adalah yang mengandung unsur komedi. Hiburan sendiri bisa diartikan sebagai sesuatu yang mampu mengalihkan perhatian rasa sedih, cemas, atau takut. Bisa dibilang, hiburan adalah cara untuk merilekskan pikiran, memberikan ketenangan, serta menyenangkan diri sendiri maupun orang lain. (Jaya dan Zahra, 2022)

Sedangkan, media merupakan saluran penyampaian pesan dalam komunikasi antar manusia. Media adalah alat saluran komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak kata medium. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (a source) engan enerima psan (a receiver). Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (printed material), computer, dan lai sebagainya. (Rasyad Azhar, 2011).

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan, informasi, teks, gambar, dan lainnya dari komunikator ke komunikan secara luas. Dalam kajian ini, media hiburan diartikan sebagai wadah untuk menyampaikan berbagai jenis konten seperti video, teks, gambar, visual, dan audio, yang bertujuan memberikan hiburan, merilekskan pikiran, serta menciptakan perasaan senang dan bahagia bagi audiens. Saat ini, salah satu media hiburan yang sedang populer di Indonesia adalah platform berbasis internet, seperti Youtube, Instagram, Twitter, yang disebut bagian dari media massa modern.

2.1.8 Fanbase

Fanbase atau yang didalam bahasa indonesia berarti “basis penggemar“ adalah sekumpulan individu atau komunitas yang menyukai

atau menggemari sesuatu atau seseorang yang disukainya dan fanbase dapat dibuat baik secara resmi ataupun tidak resmi. *Fanbase* merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menamani sekumpulan fans atau penggemar yang memiliki tujuan yang sama serta minat yang sama juga. sekumpulan penggemar tersebut juga memiliki kegiatannya sendiri seperti berkumpul atau berdiskusi (Amalia, 2022). Adapun ciri-ciri *fanbase* yaitu:

- 1) Memiliki minat mendalam dengan entitas yang mereka dukung
- 2) Sering berpartisipasi dalam mendukung atau membagikan konten tentang entitas tersebut
- 3) Berkumpul dan berinteraksi

2.1.9 Penggemar

Penggemar adalah suatu kelompok yang memiliki tujuan dan misi yang sama yaitu mendukung idol-nya akibat didorong rasa obsesi terhadap selebriti atau semacamnya (Hills dalam Dwicahyo 2016). McCudden menyebutkan bahwa aktivitas penggemar adalah membuat makna (meaning making), berbagi makna (meaning sharing), berburu (poaching), mengumpulkan (collecting) dan membangun pengetahuan (knowledge building) sebagai kegiatan utama yang relevan dengan aktivitas penggemar (McCudden, 2011:14)

Intinya, penggemar adalah sekelompok individu yang memiliki suatu minat dan antusiasme yang sama terhadap idola atau suatu karya, yang mendorong mereka untuk berinteraksi serta membagi makna. Aktivitas penggemar tidak hanya sebatas megaggumi, tetapi juga melibatkan penciptaan dan berbagi konten yang memperkuat ketertarikan mereka dengan idola maupun sesama penggemar. Pada penelitian ini, para penggemar memungkinkan untuk lebih aktif dalam membangun rasa kebersamaan dalam komunitas, sekaligus menjadikan platform sebagai ruang hiburan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Uses and Effect

Teori *Uses and Effect* adalah sebuah teori yang pertama kali dikemukakan oleh Sven Windhal (1979) yang merupakan sintesis antara pendekatan teori uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek media. Konsep 'use' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Sendjaja, 2024). *Teori uses and effect* merupakan penjabaran dari teori uses and gratification yang dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori uses and gratification merupakan teori penggunaan media (*uses*) untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang (Ardianto, 2004). Dalam uses and gratification, penggunaan media ditentukan oleh kebutuhan dasar individu sementara *uses and effect*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media dimana karakteristik individu, harapan, persepsi, dan tingkat akses media akan membawa keputusan bagi individu. Teori ini menjelaskan mengenai keterkaitan antara media dengan efek yang ditimbulkan media tersebut terhadap khalayak melalui proses komunikasi massa.

Teori uses and effect menjelaskan bahwa penggunaan media tidak hanya didorong oleh kebutuhan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti karakteristik pribadi, ekspektasi, persepsi, dan akses terhadap media. Dalam teori ini, media tidak hanya dianggap sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga memiliki dampak tertentu terhadap penggunaannya, baik dalam bentuk kepuasan, perubahan perilaku, maupun pola interaksi sosial. Maka dari itu, penelitian ini didasarkan pada *teori uses and effect*, karena teori ini dapat menjelaskan bagaimana pengguna secara aktif memilih dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan.

2.3 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Sumber: Peneliti, 2024

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Karmilla Rahma Yuniasti dan Frida Kusumastuti Tahun: 2021	Pemanfaatan Akun <i>Twitter</i> @ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan <i>Fans BTS (ARMY)</i>	Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif, Teori yang digunakan Teori <i>Uses and Gratification</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan akun <i>Twitter</i> @ARMYTEAMIID sebagai media komunikasi antar <i>Fans BTS</i> atau <i>ARMY</i> ini terbukti sangat efektif sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan	Perbedaan penelitian terletak pada fokus tujuan penelitian, di mana penelitian tersebut meneliti pada tujuan pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi. Perbedaan selanjutnya terletak pada penggunaan teori, penelitian tersebut menggunakan teori <i>Uses and Gratification</i> . Sedangkan pada penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial sebagai media hiburan dan menggunakan teori <i>Uses and Effect</i> .
2.	Kamila Khairunnisa dan Dyah Pithaloka Tahun: 2023.	Pemanfaatan <i>Twitter</i> Akun <i>Autobase</i> @JPFBASE Sebagai Media komunikasi Bagi Kalangan	Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Teori yang	Hasil penelitian ini menunjukkan para peminat <i>pop-culture</i> Jepang memanfaatkan akun @JPFBASE sebagai sarana	Perbedaan penelitian terletak pada fokus tujuan penelitian, di mana penelitian tersebut meneliti

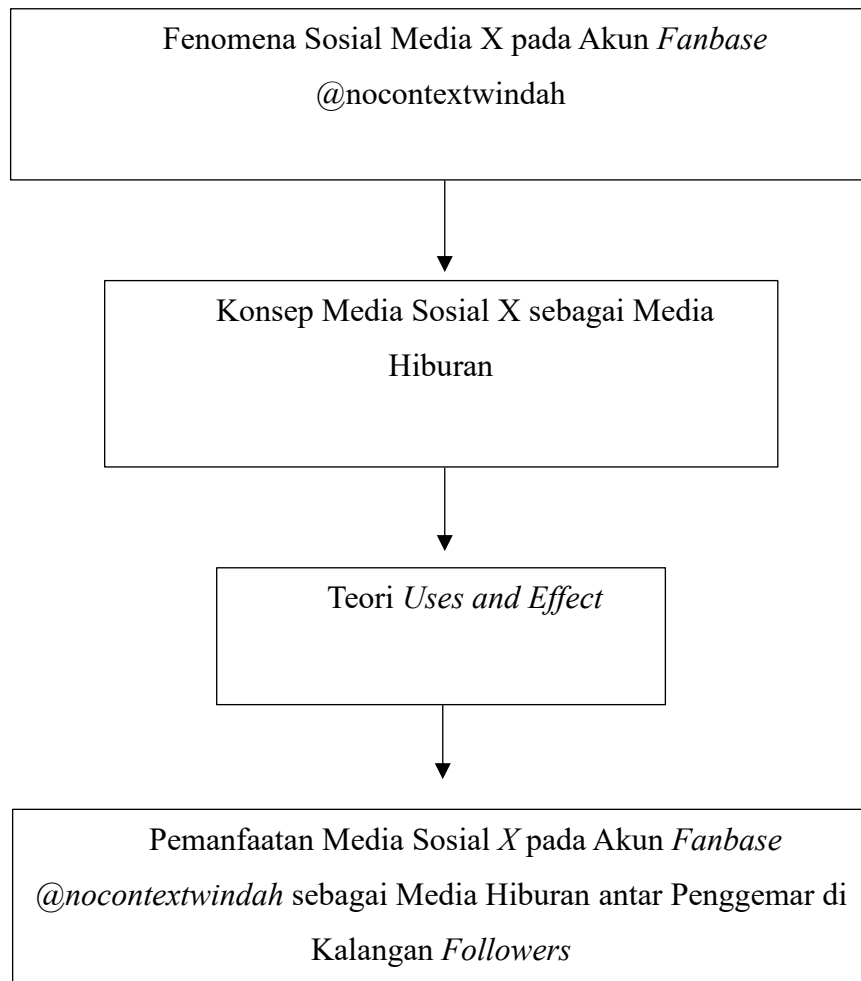
		Penikmat <i>Pop-Culture</i> Jepang di Pekanbaru.	digunakan <i>Teori Uses and Gratification</i> .	informasi, sarana menjalin hubungan, sarana edukasi, dan sarana hiburan	pada tujuan pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi. Perbedaan selanjutnya terletak pada penggunaan teori, penelitian tersebut menggunakan teori <i>Uses and Gratification</i> . Sedangkan pada penelitian saya membahas pemanfaatan media sosial sebagai media hiburan dan menggunakan teori <i>Uses and Effect</i> .
3.	Anggi Ahmad Arief Naufal, Rah Utami Nugrahani, Nisa Nurmauliddiana Abdullah. Tahun: 2023	Pemanfaatan <i>Instagram</i> Sebagai Media Informasi Bagi Penggemar Olahraga Oleh Akun <i>@VIDIOSPORT</i>	Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan memakai Teori <i>New Media</i> atau Media Baru	Penelitian ini menghasilkan bahwasannya <i>@vidiosports</i> memanfaatkan <i>Instagram</i> menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui konten yang disajikan dan diproduksi mereka melalui konten-konten yang disajikan. Selain itu pemanfaatan <i>Instagram @vidiosports</i> menjadi salah satu media promosi yang digunakan	Perbedaan penelitian terletak pada focus tujuan penelitian, di mana penelitian tersebut meneliti pada tujuan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan obek penelitian yang dituju yaitu pada media sosial <i>Instagram</i> ,sedangkan pada penelitian saya membahas pemanfaatan media sosial

				oleh <i>PT Vidio Dot Com.</i>	sebagai media hiburan dan objek penelitiannya yaitu pada media sosial <i>X (Twitter)</i> Pada penelitian ini juga memakai teori yang berbeda, yaitu teori <i>Uses and Effect.</i>
4.	Citra Noza dan Alia Primayanti, Ph.D. Tahun: 2019.	Pemanfaatan Akun <i>Twitter @WOMENFEEDS</i> Sebagai Media Informasi Dikalangan <i>Followersnya.</i>	Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan Teori yang digunakan <i>Teori New Media</i> atau <i>Media Baru.</i>	Hasil penelitian ini adalah adanya respon kognitif yang didapatkan followers melalui informasi yang terdapat pada postingan akun <i>@womanfeeds</i> yaitu berupa pemahaman, pengetahuan dan pengertian. <i>Followers</i> juga mengalami respon afektif yaitu adanya perubahan emosi atau sikap setelah melihat postingan akun <i>@womanfeeds.</i> Lalu setelah merasakan respon afektif, muncullah sebuah respon behavioral yaitu adanya tindakan melakukan kegiatan atau tindakan yang didapat dari rekomendasi atau referensi pada postingan akun	Perbedaan penelitian terletak pada fokus tujuan penelitian, di mana penelitian tersebut meneliti pada tujuan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi, sedangkan pada penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial sebagai media hiburan dengan menggunakan teori <i>Uses and Effect.</i>

				<i>Twitter</i> <i>@womanfeeds.</i>	
5.	Makmur Jaya dan Rita Zahara. Tahun: 2022	Hiburan Media (Teori – Teori Universal Hiburan Media, Hiburan Sebagai Mesin Emosi, Hiburan Sebagai Komunikasi, Teori Hiburan Interaksi)	Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan memakai Teori, teori-teori universal hiburan media	Penelitian dalam file ini membahas tentang peran hiburan media dalam komunikasi dan interaksi sosial. Hiburan media juga dipandang sebagai sarana interaksi yang melampaui batas ruang dan waktu, memungkinkan terciptanya efek sosial yang luas	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yang dituju. Pada penelitian Makmur Jaya dan Rita Zahra meneliti tentang hiburan media secara luas, membahas fungsi hiburan sebagai mesin emosi, sarana komunikasi, dan media interaksi sosial tanpa berfokus pada <i>platform</i> atau komunitas tertentu. Terdapat juga perbedaan teori yang di pakai, teori pada penelitian tersebut memakai beberapa teori yaitu hiburan sebagai mesin emosi, hiburan sebagai komunikasi, dan teori hiburan interaksi. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori <i>Uses and Effect.</i>

2.4 Kerangka Pemikiran

Tabel 2.2 Tabel Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian Dan Objek Penelitian

3.1.1 Subjek Penelitian

Arikunto (2016) menjelaskan subjek penelitian adalah batasan subjek penelitian sebagai benda, hal, atau orang tempat data untuk melekatnya variabel penelitian yang dipermasalahkan. Subjek penelitian ini adalah *followers* atau pengikut akun @nocontextwindah di media sosial *X*, yaitu para penggemar yang memanfaatkan akun tersebut sebagai sarana hiburan dan interaksi.

3.1.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono, (2015) objek penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun objek dari penelitian ini adalah media sosial *X*, khususnya pada akun *fanbase* @nocontextwindah, yang difokuskan pada cara akun tersebut dimanfaatkan sebagai media hiburan bagi para penggemarnya.

3.2 Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2009) metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Maka dapat diartikan pada metode kualitatif

deskriptif merupakan uraian naratif yang menggambarkan situasi atau kondisi yang diteliti.

Berdasarkan dengan penjelasan para ahli di atas, pada penelitian ini akan menggambarkan peristiwa di dalam suatu peristiwa lingkungan masyarakat dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengkaji dan menjelaskan fenomena yang terjadi di dalam masyarakat dan fenomena tersebut dapat berupa alamiah atau rekayasa manusia. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mengenai bagaimana fenomena ini dapat dijadikan prosedur dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai alat hiburan di kalangan Masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada deskripsi fenomena, tetapi juga berusaha untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks hiburan di kalangan *followers* akun *fanbase @nocontextwindah*.

3.3 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan sebuah pandangan yang mendasari untuk cara peneliti memahami, mengonseptualisasikan, dan melakukan proses penelitian. Menurut penjelasan Guba dan Lincoln (1998), mendefinisikan paradigma penelitian sebagai cara peneliti memahami permasalahan tertentu dengan kriteria untuk menguji guna ditemukannya penyelesaian masalah. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), paradigma penelitian juga di definisikan sebagai kerangka berpikir dalam memandang suatu permasalahan dan teori atau ilmu pengetahuan.

Paradigma yang sesuai dengan penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme sosial. Pandangan konstruktivisme merupakan paradigma penelitian kualitatif yang biasanya dikaitkan dengan penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif analitis, komparatif, menitik beratkan pada makna, dan data yang diperoleh dapat melalui pengamatan dan analisis dokumen (Moleong, 2012).

Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003). Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme agar peneliti dapat mengetahui bagaimana para penggemar akun *fanbase @nocontextwindah* di media sosial *X* dapat memanfaatkan *platform* ini sebagai media hiburan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa sesuatu sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian.

1) Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan suatu pengamatan langsung dan sistematis terhadap fenomena atau peristiwa yang akan diteliti. Melalui pengamatan yang teliti dan mendalam, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap subjek yang diteliti (Suharsimi, 2020).

2) Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode yang digunakan untuk pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada informan secara langsung atau melalui teknologi yang tersedia. Peneliti melakukan wawancara pada *followers* atau pengikut akun *@nocontextwindah* pada media sosial *X*.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam berupa dalam bentuk gambar yang berisi tentang berbagai catatan fenomena atau peristiwa yang telah secara tertulis maupun dokumen lainnya.

3.5 Teknik Penentuan Informan

Berhubung penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka subjek penelitian ditentukan melalui informan. Sejalan dengan penjelasan Sugiyono (2015), istilah yang digunakan bukanlah responden, melainkan narasumber, informan, atau bahkan dianggap sebagai teman dan guru dalam proses penelitian. Peneliti dalam menentukan penggunaan informan menggunakan teknik *purposive* sampling yang digunakan untuk menentukan siapa informan yang akan dipilih nantinya. Cara pemilihan narasumber menggunakan *purposive* sampling mengambil subjek tidak berdasarkan atas strata, *random*, atau daerah tetapi didasarkan adanya tujuan tertentu. Menurut penjelasan Arikunto (2006) teknik *purposive* sampling adalah teknik mengambil data dengan tidak berdasar acak atau *random*, melainkan berdasarkan adanya pertimbangan-pertimbangan untuk mencapai target atau fokus tujuan tertentu.

Dalam hal ini peneliti memilih narasumber yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Adapun kriteria informan pada penelitian ini ditetapkan pada para followers akun *fanbase @nocontextwindah* di media sosial *X* dan pengguna aktif yang menggunakan *platform* media sosial *X*. Pemilihan informan ini bertujuan untuk memastikan data yang diperoleh dapat menggambarkan pengalaman *followers* dalam memanfaatkan akun *@nocontextwindah* sebagai media hiburan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara serta dokumentasi dengan memecahnya menjadi unit yang dapat dikelola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari lalu membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Miles (2014) dikutip (Fiantika, et al., 2022) menyebutkan bahwa terdapat pandangan analisis data dalam 2 aliran aktivitas, yaitu penyajian data

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*).

1) Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, merangkum, memilih hal-hal pokok, mengklasifikasikan, memfokuskan pada hal-hal penting dalam tema dan pola yang sama.

2) Penyajian data (*data display*)

Penyajian data biasanya berupa uraian singkat atau dapat dibuat secara virtual agar lebih mudah dipahami. Dalam penyajian data peneliti melakukan berdasarkan

3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data pada dasarnya tidak hanya berfungsi untuk menepis anggapan bahwa penelitian kualitatif kurang ilmiah, tetapi juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kerangka pengetahuan dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320). Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data. Menurut Wijaya (2018:120-121), triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber merupakan suatu cara yang dilakukan dalam menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara pemeriksaan data dari berbagai informan yang valid.

2) Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.

3) Triangulasi waktu

Triangulasi waktu merupakan suatu cara dalam menguji kredibilitas dengan pemeriksaan data pada teknik dan waktu yang berbeda.

Berdasarkan paparan di atas mengenai triangulasi, dalam penelitian ini, peneliti memilih triangulasi sumber sebagai keabsahan data. Peneliti mengambil sumber dan informan yang merupakan pengguna media sosial *X*, khususnya *followers* atau pengikut akun @nocontextwindah. Selain itu, untuk mendukung keabsahan data, peneliti juga melakukan wawancara dengan seorang dosen yang memiliki pemahaman mendalam tentang media sosial.

BAB IV

HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Media Sosial X Akun @nocontextwindah

Out of Context Windah Basudara atau yang biasa dikenal dengan sebutan nama akun @nocontextwindah yang dibuat sejak bulan Juli pada tahun 2021 daan saat ini memiliki *followers* sebanyak 288,1 rb (data diambil pada 22 November 2024) merupakan salah satu akun *fanbase* di media sosial X yang didedikasikan untuk Windah Basudara, seorang kreator konten *gaming* populer di Indonesia. Akun ini dikenal dengan pembawaannya yang unik dalam menyajikan konten berupa momen-momen lucu atau ikonik dari *live streaming* dan interaksi lucu sang *youtuber* kepada penonton setiannya.



GAMBAR 4. 1 Gambar Media Sosial X Akun Fanbase @nocontextwindah

Sumber: <https://x.com/nocontextwindah>

Melalui akun ini @nocontextwindah selalu mengupdate atau memposting konten yang disampaikan dengan tanpa konteks, sehingga dapat memungkinkan pengikut akun menikmati hiburan ringan tanpa harus memahami situasi awal yang mendasari momen tersebut. Konten yang diunggah oleh akun ini memiliki ciri khas berupa informasi kegiatan sang

youtuber, meme, hingga potongan video pendek yang menonjolkan momen-momen lucu dari Windah Basudara. Selain itu, akun ini juga konsisten mengunggah konten yang mengikuti momen viral, sehingga tetap relevan di tengah tren media sosial yang bergerak cepat.



GAMBAR 4. 2 Gambar Konten Akun Fanbase @nocontextwindah

Sumber: <https://x.com/nocontextwindah>

Gaya penyampaian yang sederhana namun selaras dengan para penggemar sehingga menimbulkan interaksi tinggi dalam bentuk komentar, *like*, dan *retweet*. Akun ini telah memberikan dampak yang signifikan kepada para penggemar Windah Basudara, tidak hanya menjadi sumber hiburan tetapi juga menjadi alat pemersatu hubungan antar penggemar. Lebih dari itu, kehadiran akun @nocontextwindah juga membantu meningkatkan popularitas Windah Basudara melalui pembawaan momen-momen *memorable* yang dapat diingat oleh para penggemarnya.



GAMBAR 4. 3 Gambar Konten Akun Fanbase @nocontextwindah

Sumber: (Akun @nocontextwindah, 2024)

Akun @nocontextwindah memberikan fenomena yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai *platform* hiburan dan tempat interaksi antar penggemar. Akun ini menjadi contoh nyata bagaimana konten *fanbase* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menciptakan sarana berbagi tawa dan menghibur di era digital.

4.1.1 Deskripsi Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, informan berperan penting yang menjadi sumber utama dalam memperoleh data atau informasi yang diperlukan melalui kegiatan wawancara dan observasi langsung. Wawancara ini dilakukan secara daring melalui *platform google meet* dengan kriteria menggunakan media sosial *X*, merupakan *followers* akun @nocontextwindah dan memiliki ketertarikan dalam konten hiburan.

Beberapa informan yang telah berpartisipasi dalam proses wawancara dan mengambil 3 informan yang yang tidak merasa keberatan untuk disebutkan

namanya dan memberikan informasi mengenai sasaran penelitian sebagai berikut:

Profil Informan 1

Nama : Nadya Dwiputri Irmananda
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 20 Tahun
Posisi : Mahasiswa
Tanggal Wawancara : 28 November 2024

Nadya Dwiputri Irmananda merupakan seorang informan pertama yang bersedia untuk diwawancarai dan berpartisipasi dalam perolehan data pada penelitian ini. Ia merupakan seorang mahasiswi di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia jurusan Periklanan Kreatif semester 6. Ia sangat menggemari sang *Youtuber* Windah Basudara sehingga dia sangat terbantu, senang dan merasa terhibur dengan adanya akun @nocontextwindah.

Profil Informan 2

Nama : Siti Nur Mujahida
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 21 Tahun
Posisi : Mahasiswa
Tanggal Wawancara : 28 November 2024

Siti Nur Mujahida merupakan seorang informan kedua yang ikut membantu dalam penelitian ini untuk bersedia menjadi informan dan dapat diwawancarai dalam memperoleh data. Ia adalah mahasiswi semester 5 di Universitas Gunadarma, jurusan Ilmu Komunikasi. Sebagai pengguna aktif

media sosial X, Siti merasa langsung terhibur dan menikmati konten-konten dari akun @nocontextwindah saat akun tersebut muncul di beranda miliknya.

Profil Informan 3

Nama : Raysa Pasa Abdillah

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 20 Tahun

Posisi : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 28 November 2024

Raysa Pasa Abdillah merupakan informan ketiga, seorang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi semester 3 di Universitas Gunadarma. Ia turut berpartisipasi dalam penelitian ini, bersedia diwawancarai untuk membantu memperoleh data. Menurut Raysa konten yang dihadirkan dalam akun @nocontextwindah seperti potongan video merupakan daya tarik yang menghibur dari akun tersebut.

Profil Informan 4

Nama : Dnur Fathurrochman

Usia : 29 Tahun

Posisi : Dosen

Tanggal Wawancara : 22 Januari 2025

Dnur Fathurrochman merupakan informan keempat, seorang dosen yang mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, sekaligus bekerja di perusahaan *agency* sebagai digital analisis. Beliau mampu

memahami pengelolaan media sosial dalam pekerjaannya sehingga dapat membantu dalam penelitian ini untuk menjadi triangulasi sumber.

4.2 Temuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peneliti memaparkan hasil yang diperoleh selama proses penelitian, yang dilakukan melalui berbagai metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian disaring untuk memilih informasi yang relevan, diorganisasi dan dianalisis guna mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian.

Temuan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang diperoleh langsung dari lapangan. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana akun *fanbase* @nocontextwindah memanfaatkan media sosial *X* sebagai sarana hiburan bagi para *followersnya*. Penyampaian konten yang dianggap sebagai salah satu bentuk komunikasi digital yang efektif, yang memanfaatkan fitur media sosial *X* seperti *retweet* dan komentar untuk mencapai audiens lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yaitu Siti, Nadya, dan Pasa yang merupakan pengikut aktif media sosial *X* pada akun @nocontextwindah menghasilkan beberapa temuan dengan beberapa poin penting sebagai berikut:

4.2.1 Pemanfaatan media sosial X akun @nocontextwindah dalam konten hiburan sebagai distraksi positif di waktu luang.



GAMBAR 4. 4 Gambar salah satu konten hiburan dari akun @nocontextwindah

Sumber: <https://x.com/nocontextwindah/status/1878411605160976492>

Akun @nocontextwindah menjadi salah satu sumber hiburan yang efektif bagi pengikutnya, terutama dalam membantu mengurangi rasa penat dan banyaknya pikiran yang mereka alami sehari-hari. Ditengah kesibukan yang kerap menyita waktu dan energi, akun ini hadir dengan konten-konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan momen santai yang sangat dibutuhkan oleh para pengikutnya. Konten yang diunggah, seperti klip video lucu dari *live stream* Windah Basudara, *meme*, hingga cuplikan-cuplikan momen spontan yang penuh humor, menjadi semacam pelarian sederhana namun bermakna. Hiburan yang ditawarkan oleh akun ini tidak membutuhkan waktu yang lama untuk disaksikan, kemudian konten yang dihadirkan dapat diakses oleh pengikut kapan saja mereka membutuhkannya.

Para narasumber sepakat bahwa akun @nocontextwindah telah berhasil memberikan hiburan yang sangat efektif kepada para pengikutnya.

Hiburan yang dihadirkan tidak hanya bersifat sederhana, tetapi juga membawa dampak emosional yang signifikan, terutama dalam membantu mengurangi stres, kelelahan, dan tekanan yang dialami oleh pengikutnya dalam keseharian mereka. Konten yang bersifat humoris, spontan, dan sederhana menjadi daya tarik utama akun ini, sehingga mampu menciptakan suasana santai bagi para pengikutnya. Bagi Pasa, salah satu pengikut akun ini, konten yang disajikan sering kali menjadi penyelamat di tengah kesibukannya. Pasa mengatakan bahwa setiap kali ia melihat konten dari akun ini, suasana hatinya menjadi jauh lebih baik.

“Setelah seharian capek nugas, terus lihat konten ini, bikin stres hilang dan mood jadi lebih baik setelah melihatnya, dan cara penyampaiannya juga sederhana tapi lucunya natural jadi buat pikiran lebih santai.” (Raysa Pasa Abdillah, 28 November 2024)

Dalam menjalani kesehariannya, menjalani perkuliahan hingga terasa lelah, akun ini mampu memberikan ruang untuk bersantai, sehingga ia dapat melepaskan beban pikirannya sejenak. Dengan format klip video singkat atau *meme* lucu, akun ini menghadirkan hiburan yang mudah diakses tanpa memerlukan terlalu banyak waktu atau energi untuk menikmatinya, ia merasa merasa menjadi lebih siap untuk kembali menghadapi tugas dan tanggung jawabnya.

Nadya juga menyatakan hal serupa. Ia menjelaskan bahwa konten humoris dari akun @nocontextwindah tidak hanya membuatnya tertawa, tetapi juga memberikan efek relaksasi, yang kemudian membantu mengurangi beban pikiran yang sedang ia alami.

“Setiap kali nonton konten di akun ini, bener-bener bikin aku terhibur, konten pembawaannya juga ringan tapi tetep buat aku terhibur. Akun ini jadi semacam pelarian kecil lah dari rutinitas aku yang padat dan bisa ngelupain sementara masalah yang aku pikirin.” (Nadya Dwiputri Irmananda, 28 November 2024)

Bagi Nadya, akun ini menjadi semacam “penyegar” yang memberikan jeda sejenak dari tekanan pekerjaan, kuliah, atau rutinitas lainnya. Ia merasa bahwa klip-klip pendek yang disajikan yang jenaka dapat membantu dirinya untuk tidak terlalu membebani pikiran dengan masalah yang sedang dihadapi.

Pendapat serupa diungkapkan oleh Siti, seorang mahasiswi yang mengikuti akun ini karena merasa lebih mudah mengakses hiburan singkat di *platform X* dibandingkan mencari video lengkap di *platform Youtube* aslinya.

“Di akun fanbase ini, semua momennya udah dipilih yang paling lucu dan relate, jadi nggak perlu cari sendiri di video yang panjang. Kalau lagi istirahat atau sebelum tidur, lihat beberapa klip aja udah cukup buat ketawa dan ngelepas capek.” (Siti Nur Mujahida, 28 November 2024)

Selain mengurangi stres dan kelelahan, konten yang dihadirkan oleh akun ini juga memiliki kemampuan untuk mendorong pengikutnya untuk merasa lebih terhubung secara perasaan. Keterhubungan ini tidak hanya dengan sang *Youtuber* Windah Basudara, tetapi juga dengan sesama penggemar lainnya yang memiliki selera humor dan minat yang sama. Dengan begitu, akun @nocontextwindah bukan hanya menjadi sumber hiburan biasa, tetapi juga memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang bermakna bagi para pengikutnya di dunia digital. Akun ini bukan hanya menjadi sumber hiburan biasa, tetapi juga memainkan peran penting dalam memberikan rasa nyaman dan kesenangan bagi para pengikutnya.

Hiburan yang disediakan tidak hanya membuat mereka tertawa, tetapi juga membantu mereka merasa lebih rileks di tengah kesibukan mereka. Dengan begitu, akun ini menjadi salah satu contoh nyata bagaimana hiburan digital dapat membawa pemanfaatan yang lebih luas dan bermakna bagi

kehidupan pengikutnya. Mereka menemukan bahwa momen-momen ringan yang dihadirkan melalui klip video lucu dan meme dapat mengurangi beban pikiran dan memberikan kesempatan untuk melepas penat. Selain itu, humor yang disajikan sering kali menjadi pelarian singkat dari masalah sehari-hari.

4.2.2 Pemanfaatan Hiburan pada Akun **@nocontextwindah** sebagai Sumber Motivasi bagi Pengikutnya.



GAMBAR 4. 5 Gambar salah satu konten yang memotivasi dari akun @nocontextwindah

Sumber: <https://x.com/nocontextwindah/status/1845464514776662376>

Tidak hanya daya tarik konten yang menghibur, akun @nocontextwindah juga berperan penting dalam membangkitkan dorongan, rasa semangat serta tekad untuk para pengikutnya dalam potongan video atau *meme* yang terselip pesan-pesan yang sederhana namun bermakna yang menginspirasi serta memotivasi para pengikutnya, baik dalam menghadapi kesibukan sehari-hari atau pikiran yang sedang jenuh. Pesan-pesan yang terkadang disampaikan melalui potongan momen-momen spontan Windah

Basudara yang menampilkan kepribadiannya yang santai dan humoris, namun penuh dengan kebijaksanaan hidup. Melalui gaya bercandanya, Windah terkadang kerap menyelipkan kata-kata penyemangat yang menyentuh kehidupan sehari-hari penggemarnya.

Seperti yang dikatakan Nadya, salah satu akun pengikut ini sekaligus penggemar Windah Basudara, menuturkan bahwa beberapa cuplikan video atau kata-kata spontan dari Windah sering merasakan bahwa hal tersebut merupakan istilah pengingat sederhana dengan apa yang sedang ia rasakan.

“Kadang, kata-kata Windah dari potongan video konten itu lucu, tapi kalau dipikir-pikir ada benarnya juga. Jadi aku suka mikir untuk engga terlalu stresin hidup.” (Nadya Dwiputri Irmananda, 28 November 2024)

Baginya, konten humor yang dihadirkan tidak hanya membuatnya tertawa, tetapi juga membantu mengubah cara pandangya terhadap berbagai situasi yang sedang ia hadapi. Cuplikan-cuplikan ini seolah mengingatkannya untuk tidak terlalu serius dalam menjalani hidup dan menikmati momen-momen kecil yang berharga.

Gaya komunikasi Windah yang santai menjadi salah satu faktor utama mengapa akun ini dapat bermanfaat untuk memotivasi pengikutnya dari konten yang telah di unggahnya, selain untuk menghibur. Berdasarkan dari konten yang diunggah, baik itu potongan video atau *meme*, dengan gaya bicara yang ringan, pesan-pesan positif yang disampaikan terasa lebih mudah diterima pengikutnya. Siti pun ikut menambahkan bahwa meskipun sebagian besar konten berfokus pada humor, ada momen-momen tertentu yang memberikan masukan berharga.

“Ada beberapa konten yang diunggah, Windah sering kasih kata-kata yang bikin aku semangat, meski dibalut dengan candaan. Rasanya, itu hiburan sekaligus motivasi”. (Siti Nur Mujahida, 28 November 2024)

Hal ini menjadikan konten akun @nocontextwindah lebih dari sekedar hiburan semata, tetapi ia juga menjadi merefleksi dan motivasi bagi para pengikutnya yang mungkin sedang lelah dengan kesibukan sehari-hari.

Akun ini berhasil menciptakan keseimbangan antara hiburan dan motivasi, menjadikannya lebih dari sekedar sumber tawa biasa. Dengan cara ini, akun @nocontextwindah tidak hanya menawarkan hiburan yang bersifat sementara, tetapi juga memberikan rasa berkesan dari unggahan potongan video sang *Youtuber* yang terkandung pesan motivasi dalam akun tersebut.

4.2.3 Pemanfaatan Hiburan sebagai Wadah Interaksi Virtual dan Rasa Kebersamaan antar Pengikut di Akun @nocontextwindah



GAMBAR 4. 6 Gambar komen akun @nocontextwindah

Sumber: (Akun @nocontextwindah, 2024)

Selain menjadi sumber hiburan yang dapat mengurangi rasa penat baik dalam pikiran di kehidupan sehari-hari dan dapat memotivasi dari

unggahan konten klip video atau momen-momen yang spontan, akun @nocontextwindah juga memainkan peran dalam membangun interaksi virtual di setiap konten unggahannya dari para pengikutnya. Melalui konten yang humoris, spontan, dan sederhana, akun ini menciptakan ruang digital yang mendorong pengikut untuk saling berkomunikasi, dan terhubung satu sama lain. Fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial X, seperti *retweet*, dan komentar, menjadi alat utama yang digunakan untuk memperkuat adanya sebuah interaksi.

Salah satu bagian dalam interaksi virtual yang dibentuk oleh akun ini adalah adanya rasa kebersamaan di antara pengikut. Mereka sering sekali berbagi tanggapan lucu di kolom komentar atau melanjutkan humor yang dimulai dari unggahan akun. Dengan dimulainya dari berbagi tanggapan lucu di komentar pada akun tersebut, secara perlahan maka akan menimbulkan rasa kebersamaan yang muncul di antara pengikutnya, seperti yang dikatakan dari salah satu narasumber yaitu Siti, menuturkan bahwa

“Dari interaksi di kolom komentar dan banyaknya jumlah yang meretweet, saya merasa adanya rasa kebersamaan dengan penggemar lain karena kami sama-sama menyukai bagian lucu dari konten yang diunggah”. (Siti Nur Mujahida, 28 November 2024)

Pernyataan ini menunjukkan bagaimana akun ini tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga adanya pemanfaatan sebagai penghubung bagi para individu yang memiliki minat dan selera humor yang sama.

Keberadaan fitur yang disediakan oleh media sosial X seperti, *retweet* dan komen menjadi salah satu elemen atau alat utama yang dapat membantu terjadinya interaksi virtual dan rasa kebersamaan antar pengikut di akun @nocontextwindah. Fitur-fitur ini tidak hanya memainkan pengikut untuk berinteraksi dengan konten, tetapi juga menciptakan ruang untuk saling berbagi humor, pendapat, dan apresiasi terhadap klip video atau meme yang

diunggah, sehingga menciptakan hubungan yang kompak di komunitas digital.

Berdasarkan hasil wawancara, Nadya selaku pengikut akun, menyebutkan bahwa fitur komentar memainkan peran penting dalam menimbulkan interaksi kebersamaan antar pengikut yang terlihat dalam aktivitas yang sering disebut “jb” atau “jbjb”, yang merupakan singkatan dari “*join* bareng”. Istilah ini digunakan ketika penggemar nimbrung atau ikut serta dalam diskusi yang terjadi di kolom komentar yang berkaitan dengan konten akun. Meskipun mengaku tidak aktif berpartisipasi dalam diskusi, Nadya mengatakan bahwa ia sering melihat penggemar lain sering membalas komentar dengan candaan khas yang identik dengan gaya humor Windah.

“Fitur komen ngebanter banget untuk para penggemar, karena bahasa dan jokes yang sering bikin connect satu sama lain dan jbjb (join bareng) ini bikin mereka bisa menikmati interaksi yang seru”. (Nadya Dwiputri Irmananda, 28 November 2024)

Pasa sebagai narasumber juga menyoroti bagaimana akun ini menyediakan ruang yang memungkinkan penggemar untuk terhubung lebih dalam satu sama lain.

“Adanya fitur komen, akun ini membantu fans Windah untuk saling mengenal karena mereka bisa berbagi klip atau meme tentang Windah”. (Raysa Pasa Abdillah, 28 November 2024)

Hal ini menunjukkan bahwa akun @nocontextwindah tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai jembatan sosial yang mendukung interaksi antar penggemar.

Rasa kebersamaan ini tidak hanya meningkatkan *engagement* akun, tetapi juga memperkuat loyalitas penggemar terhadap Windah Basudara sebagai figur publik. Dengan adanya fitur-fitur seperti *retweet* dan kolom komentar, akun @nocontextwindah dapat menciptakan ruang interaksi yang

inklusif dan menyenangkan. Pengikut tidak hanya menikmati konten yang diunggah, tetapi juga merasa menjadi bagian dari penggemar yang aktif, di mana mereka dapat berbagi pendapat, humor, dan rasa kebersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa akun @nocontextwindah di media sosial *X* tidak hanya menjadi wadah untuk hiburan, tetapi juga alat yang efektif untuk membangun koneksi sosial yang bermakna di dunia digital.

4.2.4 Analisis dan Pembahasan Penelitian

Setelah mendapatkan hasil temuan penelitian melalui proses observasi dan wawancara dengan beberapa informan yang dilakukan secara daring, telah memperoleh data-data yang berkaitan untuk mendukung pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial *X* pada akun *fanbase* @nocontextwindah sebagai media hiburan di kalangan *followers*nya. Proses yang dilakukan untuk mendapatkan hasil temuan penelitian dilakukan dengan pengikut aktif akun tersebut yang memiliki pengalaman langsung dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten yang diunggah. Hasil wawancara dari para pengikut kemudian divalidasi melalui triangulasi sumber dengan dosen ahli yang memiliki pemahaman mendalam tentang media sosial dan didasari oleh teori yang digunakan yaitu teori *uses and effect*.

Media sosial *X* selain sebagai alat untuk berkomunikasi, *platform* tersebut kini menjadi *platform* yang menyediakan berbagai konten informasi maupun hiburan dalam bentuk digital yang menarik dan relevan bagi penggunanya. Fitur-fitur unik dari media sosial *X*, seperti *retweet* dan komentar dapat menciptakan interaksi virtual yang dapat menjadikan sebagai jembatan untuk memperkuat relasi sosial di antara penggemar Windah Basudara. Hal tersebut sejalan apa yang diungkapkan oleh (Setiawan Rudi, 2013) yang mengatakan bahwa kekuatan *new media* terletak pada teknologi komunikasi berbasis komputer, yang mempermudah dan mempercepat akses informasi dari internet. Sifat yang mudah diakses juga menjadi keunggulan, karena pengguna kini tidak hanya bisa

menggunakan komputer tetapi juga perangkat lain seperti ponsel/*smartphone*. Selain itu, *new media* memiliki sifat jaringan yang memungkinkan koneksi antar pengguna melalui internet dengan adanya *platform* yang menghubungkan koneksi internet dan sangat interaktif karena melibatkan respon pemakai secara aktif.

Temuan berikutnya dari penelitian ini menghasilkan dampak positif yang signifikan dari konten akun *@nocontextwindah*. Melalui konten-konten humoris berupa *meme*, klip video singkat, serta potongan momen spontan dari sang kreator Windah Basudara, akun ini berhasil menyajikan hiburan yang tidak hanya menghibur tetapi juga relevan sebagai distraksi positif. Para informan yang merupakan *followers* akun *fanbase @nocontextwindah* merasakan bahwa akun tersebut memberikan manfaat yang positif, yang dapat mengurangi beban pikiran dan memberikan kesempatan untuk melepas penat. Selain itu, humor yang disajikan sering kali menjadi pelarian singkat dari masalah sehari-hari. Hal tersebut relevan dengan jurnal terdahulu oleh (Jaya dan Zahra, 2022), yang menyoroti bahwa hiburan media dapat menjadi “mesin emosi” yang membantu audiens mengatasi stres dengan menghadirkan konten yang ringan dan menghibur.

Hasil temuan yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa akun *fanbase @nocontextwindah* di media sosial *X* memiliki peran penting sebagai sumber hiburan bagi pengikutnya. Berdasarkan teori *Uses and Effect* (Sven Widahl, 1979), kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media dimana karakteristik individu, harapan, persepsi, dan tingkat akses media akan membawa keputusan bagi individu. Akun *@nocontextwindah* dengan teori ini relevan karena para pengikut tidak hanya menggunakan akun tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga merasakan dampak perubahan suasana hati dan kenyamanan setelah menikmati unggahan konten dari akun tersebut. Hal ini juga ditegaskan oleh Dnur Fathurrochman, seorang dosen ahli dalam

bidang media sosial, yang menyatakan bahwa akun @nocontextwindah dapat dikategorikan sebagai distraksi positif karena kontennya yang ringan dan santai, sehingga mudah diminati oleh penggunanya.

Dalam penelitian ini, penggunaan teori *uses and effect* dapat dilihat dari perilaku pengikut akun @nocontextwindah di media sosial X. Para pengikut yang memiliki kebiasaan mengakses konten humor dari akun ini cenderung menjadikan konten tersebut sebagai distraksi positif dalam keseharian mereka. Semakin mereka melihat klip-klip lucu dan spontan dari Windah Basudara, semakin mereka terpengaruh secara emosional, baik dalam bentuk peningkatan suasana hati, pelepasan stres, maupun rasa keterkaitan dengan komunitas penggemar. Maka hal tersebut sejalan dengan teori ini yang menjelaskan bagaimana keterkaitan media dengan efek yang ditimbulkan media tersebut terhadap khalayak melalui proses komunikasi massa, dimana semakin seiringnya seseorang melihat, membaca, maupun menonton sesuatu melalui media tertentu, maka seseorang tersebut akan menimbulkan efek oleh apa yang dilihat.

Berdasarkan analisis tersebut, keberadaan akun @nocontextwindah memberikan peluang bagi para pengikutnya untuk merasakan manfaat yang dapat membantu dalam kebutuhan mereka seperti pelarian di kehidupan sehari-hari dan juga menjadikan pendorong kehidupan dengan pembawaan yang dibalut dalam hiburan, sehingga dapat membuktikan bahwa pemanfaatan merupakan sebuah proses, kegiatan, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial *X* pada akun *fanbase* @nocontextwindah memiliki peran yang signifikan sebagai media hiburan di kalangan *followers*. Penelitian ini menemukan bahwa akun ini tidak hanya menjadi wadah komunikasi antara penggemar Windah Basudara, tetapi juga berfungsi sebagai sarana hiburan digital yang efektif.

Sejalan dengan teori *uses and effect*, pemanfaatan akun @nocontextwindah tidak hanya pada kebutuhan hiburan semata, tetapi juga mempengaruhi aspek emosional penggunanya. Para pengikut merasakan perubahan suasana hati, mengurangi stres, dan kenyamanan setelah mengakses akun tersebut. Hiburan yang disediakan oleh akun ini lebih dari sekedar konsumsi pasif, tetapi juga membangun keterlibatan sosial melalui interaksi dalam bentuk komentar, *retweet*, dan diskusi antar penggemar.

Selain itu, akun @nocontextwindah juga berperan dalam membentuk komunitas digital yang aktif. Melalui fitur interaktif yang disediakan oleh *platform X*, para pengikut dapat berbagi momen, mendiskusikan konten, dan menciptakan rasa kebersamaan yang lebih kuat. Akun ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan sosial antar penggemar.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa akun @nocontextwindah memiliki manfaat yang lebih luas daripada sekadar menjadi akun hiburan. Akun ini berhasil memenuhi kebutuhan hiburan digital, memberikan dorongan emosional positif, serta membangun keterikatan sosial di kalangan *followers*. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam

memahami bagaimana media sosial berperan dalam membentuk pola konsumsi hiburan serta interaksi di era digital.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap akun @nocontextwindah, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian berikutnya:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi tujuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam mengenai peran media sosial sebagai sarana hiburan dan pembentukan komunitas digital. Kemudian, peneliti selanjutnya diharapkan mampu menggunakan metode yang lebih luas dan memaksimalkan waktu yang tersedia secara optimal, serta dapat melibatkan lebih banyak informan melalui wawancara dan observasi lebih mendalam dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

5.2.2 Saran Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pentingnya memahami peran media sosial sebagai sarana hiburan dan komunitas digital. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menambah jumlah informan dengan latar belakang yang lebih beragam agar memperoleh perspektif yang lebih luas terkait pemanfaatan akun @nocontextwindah sebagai media hiburan. Selain itu, wawancara mendalam (*in-depth interview*) perlu diterapkan agar data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alisty, N. D. (2021). *Pengertian New Media dan Manfaatnya*. Perpustakaan.bsn.go.id.
- Ardianto, & Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aven, R. R. (2024). *Pemanfaatan Media sosial Instagram Pada Akun @kedaijogjaistimewa Sebagai Media Promosi Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran*. Skripsi: Universitas Gunadarma, Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No.1: 210-230.
- Creeber G., dan Martin R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media, Berkshire-England*: Open University Press.
- Djamal H., & Fachruddin A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Fiantika, F. R. (2022). 1.6 Tujuan Penelitian Kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 12.
- Ginting, et al. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: INSANI.
- Hadi, I.P., Wahjudianata, M., dan Indrayani, I.I. (2021). *Komunikasi Massa. Pasuruan*: CV. Penerbit Qiara Media.
- Jaya, M., & Zahara, R. (2022). Hiburan Media (Teori Teori Universal Hiburan Media, Hiburan Sebagai Mesin Emosi, Hiburan Sebagai Komunikasi, Teori Hiburan Interaksi). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, Vol. 2, No. 1: 71-87.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*, Vol. 53, No. 1: 59-68.

- Khairunnisa, K., & Pithaloka, D. (2023). Pemanfaatan Twitter Akun Autobase@ JPFBASE Sebagai Media Komunikasi Bagi Kalangan Penikmat Pop- Culture Jepang di Pekanbaru. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, Vol. 6, No. 1: 154-172.
- McQuail D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah & Rulli. (2015). *Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noviariansya A. (2023). *Strategi Content Marketing Akun @Orchidpoison Dalam Memasarkan Produk Lokal Somethinc Skincare Di Media Sosial Twitter*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Tida.
- Noza, C., & Primayanti, A. (2019). *Pemanfaatan Akun Twitter @Womanfeeds Sebagai Media Informasi Dikalangan Followersnya*. Proceedings of Management, Vol. 6, No. 3.
- Sapriyani A. (2024). *Hubungan Parasosial Antara Fanatisme Penggemar BTS Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Komunitas Army Indonesia di Twitter)*. Skripsi: Universitas Gunadarma, Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Sefrandov, D., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2022). Penerimaan Citra Winda Basudara oleh Penonton Pada Konten Charity di Youtube. *Jurnal E Komunikasi*, Vol. 10, No. 2.
- Setiawan R. (2013). “Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)”. *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 2: 362
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- We Are Social. (2024),. Digital :Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Transkrip Wawancara

Informan 1

Nama : Nadya Dwiputri Irmananda

Usia : 20 Tahun

Posisi : Mahasiswi

Tanggal Wawancara : 28 November 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Boleh perkenalan data diri terlebih dahulu?	Nama aku Nadya Dwiputri Irmananda seorang mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan di Vokasi Universitas Indonesia Jurusan Periklanan Kreatif
2.	Kenapa kamu memilih akun @nocontextwindah dan apa yang menjadi perbedaan dengan akun Youtube resmi Windah Basudara?	Menurut saya, akun fanbase seperti @nocontextwindah itu lebih seru karena kontennya sudah dikurasi oleh penggemar lain yang paham momen-momen paling lucu atau ikonik dari Windah. Kalau kita ke akun resminya langsung, pasti isinya lebih formal, mungkin update soal live streaming atau kegiatan lainnya. Tapi di akun ini, kita bisa melihat Windah dari perspektif penggemar sendiri, yang kadang lebih relate dan menghibur
3.	Kenapa kamu lebih suka pakai medsos X dibanding medsos lain?	Karena di X itu orang-orangnya lebih banyak yang <i>open minded</i> , bebas berekspresi ngasih pendapat apapun, dan orang-orangnya juga lebih banyak yang bijak dalam penggunaan sosmed X ini.
4.	Gimana awalnya kamu mengetahui akun @nocontextwindah?	Pertama kali tau karna tiba-tiba muncul sendiri di <i>timeline X</i> , dan kebetulan konten tentang video windah yang lucu
5.	Kira-kira apasih konten yang paling kamu sukai pada akun ini?	Aku paling suka kalo akun ini nge- <i>post</i> klip video windah pas live stream tapi yang lucu-lucu (misal

		pas ketakutan, pas ngasih kata2 kocak, yang teriak, dll)
6.	Apakah konten yang disajikan dapat membuat kamu terhibur atau membantu mengurangi kelelahan atau tekanan yang dialami, klo iya bisa diceritain gimananya?	Setiap kali nonton konten di akun ini, bener-bener bikin aku terhibur, konten pembawaannya juga ringan tapi tetep buat aku terhibur. Akun ini jadi semacam pelarian kecil lah dari rutinitas aku yang padet dan bisa ngelupain sementara masalah yang aku pikirin
7.	Apakah dari konten yang disajikan membuat kamu menjadi terkesan atau jadi bermakna buat kamu? Bisa di ceritain mungkin?	Kadang, kata-kata Windah dari potongan video konten itu lucu, tapi kalau dipikir-pikir ada benarnya juga. Jadi aku suka mikir untuk engga terlalu stresin hidup
8.	Apakah kamu merasa ada rasa kebersamaan dengan penggemar lain di akun ini dengan fasilitas fitur komen dan retweet yang tersedia?	Klo aku perhatiin, fitur komen ngebantu banget untuk para penggemar, karena bahasa dan jokes yang sering bikin connect satu sama lain dan jbjb (<i>join</i> bareng) ini bikin mereka bisa menikmati interaksi yang seru
9.	Menurut kamu, akun ini udah memanfaatkan media sosial X dengan baik untuk hiburan belum?	Sudah banget, karna akun ini tau kalo fans windah basudara tuh banyak banget di sosmed X ini, jadi dia bisa memanfaatkan itu dengan ngasih konten lucu untuk menghibur mereka. makanya responsnya dan engagement-nya juga tinggi yang didapatkan akun ini.
10.	Terakhir, ada yang ingin disampaikan ga dari pengalaman kamu di akun ini?	Pokoknya aku bersyukur banget ada akun ini di sosmed X karna sebagai penyegaran timeline juga di antara konten-konten serius atau berantem di X. terus juga aku seneng dari konten yang dikasih karna bener-bener sering ngehibur aku kalo lagi capek atau sedih, jadi pas abis nonton kontennya suka ilang capeknya / pikiran aku.

Informan 2

Nama : Siti Nur Mujahida

Usia : 21 Tahun

Posisi : Mahasiswi

Tanggal Wawancara : 28 November 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Boleh perkenalan data diri terlebih dahulu?	Nama aku Siti Nur Mujahida, sekarang aku berkuliah di Universitas Gunadarma Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2022
2.	Kenapa kamu memilih akun @nocontextwindah dan apa yang menjadi perbedaan dengan akun Youtube resmi Windah Basudara?	Di akun fanbase ini, semua momennya udah dipilih yang paling lucu dan relate, jadi nggak perlu cari sendiri di video yang panjang. Kalau lagi istirahat atau sebelum tidur, lihat beberapa klip aja udah cukup buat ketawa dan ngelepas capek.
3.	Kenapa kamu lebih suka pakai medsos X dibanding medsos lain?	Karena saya merasa medsos X memiliki pengguna yang lebih kritis terhadap sesuatu termasuk informasi, dan juga pengguna sosmed X lebih tau tempat dan waktu ketika ada suatu informasi atau konten
4.	Gimana awalnya kamu mengetahui akun @nocontextwindah?	Karena di <i>follow</i> oleh teman saya, ia sangat menyukai windah hingga akhirnya akun tersebut sering lewat di timeline X saya.
5.	Kira-kira apasih konten yang paling kamu sukai pada akun ini?	Saya sangat menyukai klip video youtube nya, karena saya tidak selalu sampai habis menonton video-video nya di <i>youtube</i> , jadi dengan adanya klip-klip tersebut membuat saya bisa menonton bagian lucu dan seru nya.
6.	Apakah konten yang disajikan dapat membuat kamu terhibur atau membantu mengurangi kelelahan atau tekanan yang dialami, klo iya bisa diceritain gimananya?	Iya sangat membuat saya terhibur, karena saya tidak pernah menonton <i>full</i> video <i>youtube</i> nya jadi ketika video klip tersebut lewat lalu saya menontonnya saya merasa hal itu lucu dan sangat menghibur saya sekali ketika saya sedang merasa lelah karena telah beraktivitas seharian.

7.	Apakah dari konten yang disajikan membuat kamu menjadi terkesan atau jadi bermakna buat kamu? Bisa di ceritain mungkin?	Ada beberapa konten yang diunggah, Windah sering kasih kata-kata yang bikin aku semangat, meski dibalut dengan candaan. Rasanya, itu hiburan sekaligus motivasi
8.	Apakah kamu merasa ada rasa kebersamaan dengan penggemar lain di akun ini dengan fasilitas fitur komen dan <i>retweet</i> yang tersedia?	Dari interaksi mereka di kolom komentar dan banyaknya jumlah yang me – <i>retweet</i> , saya merasa adanya kebersamaan dengan penggemar lain karena kami sama-sama menyukai bagian lucu dari konten yang diunggah
9.	Menurut kamu, akun ini udah memanfaatkan media sosial X dengan baik untuk hiburan belum?	Menurut saya, akun ini sudah cukup baik untuk memanfaatkan medsos X untuk media hiburan bagi para pengguna X yang mengikuti akun ini. Terbukti dengan banyaknya <i>followers</i> yang mengikuti akun tersebut, dan konten-konten yang memiliki banyak <i>like</i> , dsb.
10.	Terakhir, ada yang ingin disampaikan ga dari pengalaman kamu di akun ini?	Saya benar-benar sangat terhibur dengan adanya akun ini dan menjadi mengenal sosok Windah Basudara

Informan 3

Nama : Raysa Pasa Abdillah

Usia : 20 Tahun

Posisi : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 28 November 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Boleh perkenalan data diri terlebih dahulu?	Aku Raysa Pasa Abdillah, aku sekarang kesibukannya kuliah semester 3 di Universitas Gunadarma Jurusan Ilmu Komunikasi
2.	Kenapa kamu memilih akun @nocontextwindah dan apa yang menjadi perbedaan dengan akun Youtube resmi Windah Basudara?	Saya suka akun ini karena gaya humornya yang beda. Kalau lihat langsung di akun Windah, kita harus nonton videonya secara penuh, tapi di akun @nocontextwindah, sudah

		dipotong jadi bagian-bagian yang paling absurd dan lucu. Selain itu, media sosial X punya sistem algoritma yang bikin kontennya lebih sering muncul di timeline saya, jadi lebih gampang buat menikmati hiburan tanpa harus cari sendiri.
2.	Kenapa kamu lebih suka pakai medsos X dibanding medsos lain?	Karena di X saya dapat berekspresi secara aktif dan fitur yang ada sangat membantu serta didalam X menurut saya kontennya lebih menarik dibanding medsos lain.
3.	Gimana awalnya kamu mengetahui akun @nocontextwindah?	Pertama kali liat akun @nocontextwindah lewat di beranda X karena retweet temen
4.	Kira-kira apasih konten yang paling kamu sukai pada akun ini?	Kalau aku pribadi saya suka meme sekaligus klip nya karena itu yang buat akun ini menarik perhatian.
5.	Apakah konten yang disajikan dapat membuat kamu terhibur atau membantu mengurangi kelelahan atau tekanan yang dialami, klo iya bisa diceritain gimananya?	Setelah seharian capek nugas, terus lihat konten ini, bikin stres hilang dan mood jadi lebih baik setelah melihatnya, dan cara penyampaiannya juga sederhana tapi lucunya natural jadi buat pikiran lebih santai
6.	Apakah dari konten yang disajikan membuat kamu menjadi terkesan atau jadi bermakna buat kamu? Bisa di ceritain mungkin?	Udah pasti sih ngerasa terhibur, kadang ada unggahan konten dari Windah yang ngasih kata-kata motivasi gitu dan itu unik sih
7.	Apakah kamu merasa ada rasa kebersamaan dengan penggemar lain di akun ini dengan fasilitas fitur komen dan retweet yang tersedia?	Dari adanya fitur komen akun ini membantu fans Windah untuk saling mengenal karena mereka bisa berbagi klip atau meme tentang Windah
8.	Menurut kamu, akun ini udah memanfaatkan media sosial X dengan baik untuk hiburan belum?	Sudah sih pastinya, karena akun ini selalu konsisten untuk unggah konten yang menghibur
9.	Terakhir, ada yang ingin disampaikan ga dari pengalaman kamu di akun ini?	Pengalaman aku sih cukup menikmati banget, karena santai, bisa ngurangin stress juga.

Informan 4

Nama : Dnur Fathurrochman

Usia : 29 Tahun

Posisi : Dosen

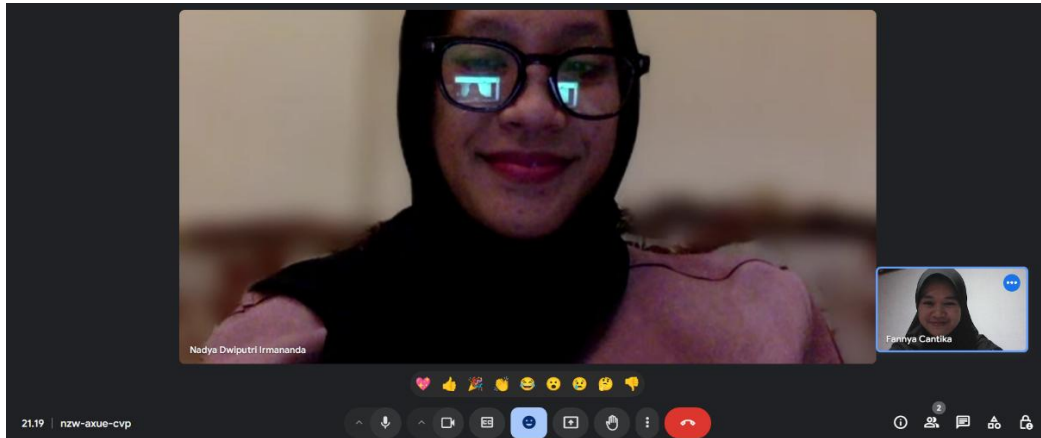
Tanggal Wawancara : 22 Januari 2025

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sebelum kita masuk ke inti mohon izin untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu, ya, Pak. Boleh Bapak ceritakan nama, usia, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan Bapak saat ini?	<p>Saya Dnur Fathurrochman. Saat ini saya salah satu dosen di fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Saya juga sekaligus bekerja di salah satu <i>Agency</i>, sudah 5-6 tahun sebagai digital bisnis, yang melakukan beberapa <i>project</i> digital seperti sosial media manajemen, marketing, digital bisnis dan lain sebagainya yang berhubungan dengan media digital.</p> <p>Latar Pendidikan saya, saya lulusan D3 universitas gunadarma jurusan teknik komputer, lalu ia melanjutkan S1 dengan jurusan sistem computer, dan lanjut ke S2 magister manajemen sistem computer dengan jurusan plsi (perangkat lunak lanjut)</p>
2.	Lajut, langsung ke pertanyaan ya pak. Apakah hiburan yang disediakan akun @nocontextwindah cukup relevan untuk dikategorikan sebagai distraksi positif?	Saya lihat, Hiburan yang disediakan akun @nocontextwindah cukup relevan untuk dikategorikan sebagai distraksi positif. Karena kontennya yang di sajikan ringan dan santai, jadi pengguna mampu menikmatinya dengan maksimal, dan dapat dikatakan akun ini memenuhi kebutuhan audiens untuk hiburan yang cepat dan mudah diakses.
3.	Apakah pesan motivasi yang terkandung dalam konten akun ini sudah cukup teridentifikasi dengan jelas?	Dari pembawaan kontennya yang humoris tetapi akun ini juga memberikan hal yang bermakna. Meski disampaikan secara santai dan spontan, pesan motivasi tersebut tetap berhasil menyampaikan semangat positif dan perspektif baru

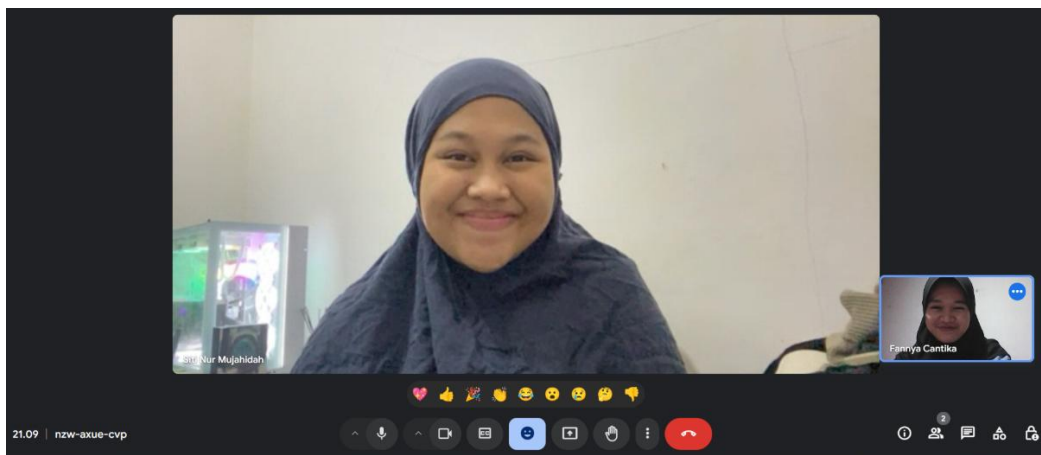
		kepada audiens tanpa terkesan terlalu serius atau kaku.
4.	Menurut bapak, keberadaan fitur <i>retweet</i> dan komentar apakah sudah cukup dalam menciptakan rasa kebersamaan antar-pengikut?	Fitur <i>retweet</i> dan komentar sudah cukup efektif untuk menciptakan rasa kebersamaan antar-pengikut. Dengan adanya ruang untuk berdiskusi atau sekadar berbagi tawa, akun ini dapat dikatakan berhasil membangun komunitas yang aktif dan terhubung.
5.	Apakah akun <i>@nocontextwindah</i> ini dapat dikategorikan sebagai media sosial yang efektif dalam menciptakan interaksi virtual antar pengikut yang bermakna?	Akun <i>@nocontextwindah</i> bisa dikategorikan sebagai media sosial yang efektif dalam membangun interaksi virtual yang bermakna. Perpaduan konten yang menghibur, memotivasi, dan mengundang interaksi membuat akun ini lebih dari sekadar hiburan biasa—ia menjadi <i>platform</i> yang menciptakan koneksi dan komunitas di antara pengikutnya.

Lampiran B. Dokumentasi Wawancara

1. Nadya Dwiputri Irmananda



2. Siti Nur Mujahida



3. Raysa Pasa Abdillah



4. Dnur Fathurrochman



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BIODATA DIRI



Nama : Fanya Cantika Maharani
Tempat/Tgl lahir : Depok, 26 Oktober 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
Perguruan Tinggi : Universitas Gunadarma
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Angkatan : 2022
Email : fannyacantika10@gmail.com
Media Sosial : @fnyacntka