



Transformasi Figur Politik sebagai Objek Budaya Populer dalam Tren Partisipatif di TikTok

Viersa Rosyada¹⁾, Ngatno²⁾

Universitas Diponegoro, Indonesia

viersarosyada@students.undip.ac.id¹⁾
ngatno@lecturer.undip.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini menganalisis transformasi figur politik dalam tren partisipatif #sahronibabes di TikTok sebagai bentuk pergeseran representasi dalam budaya populer digital. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, penelitian ini mengkaji 40 konten publik yang mereproduksi *outfit* golf masa lalu milik figur politik Ahmad Sahroni melalui imitasi visual dan penggunaan audio populer. Kerangka teoretis dibangun menggunakan teori representasi Hall (1997) sebagai *grand theory*, *participatory culture* Jenkins (2006) sebagai *middle-range theory*, dan konsep *imitation publics* Zulli dan Zulli (2022) sebagai kerangka operasional. Temuan menunjukkan bahwa praktik partisipatif tidak beroperasi melalui kritik politik eksplisit, melainkan melalui reproduksi visual kolektif yang bersifat humoris dan estetis. Simbol politik mengalami dekontekstualisasi dari konteks institusionalnya dan direartikulasi sebagai ikon budaya populer melalui mekanisme *re-encoding* kolektif. Proses ini memperlihatkan bagaimana TikTok memfasilitasi kulturalisasi figur publik melalui repetisi visual, keterkaitan dengan budaya populer, dan logika hiburan platform, sehingga otoritas representasional figur politik menjadi cair dan dinegosiasikan ulang oleh audiens secara kolektif. Temuan ini berkontribusi dalam memperluas kajian komunikasi politik digital dengan menegaskan pentingnya memahami transformasi simbol politik dalam kerangka budaya partisipatif dan logika platform di masa depan.

Kata kunci: Budaya Populer, Netnografi, Participatory Culture, Respresentasi, Tiktok

Abstract

This study analyzes the transformation of political figures through the participatory trend #sahronibabes on TikTok as a form of shifting representation in digital popular culture. Using a qualitative approach with netnography as the method, this study examines 40 public posts that reproduce the past golf outfits of political figure Ahmad Sahroni through visual imitation and the use of popular audio. It uses Hall's (1997) representation theory as the grand theory, Jenkins' (2006) participatory culture as the middle-range theory, and Zulli and Zulli's (2022) concept of imitation publics as the operational framework. The findings indicate that participatory practices do not operate through explicit political criticism, but rather through collective visual reproductions that are humorous and aesthetic in nature. Political symbols are decontextualized from their institutional contexts and rearticulated as icons of popular culture through mechanisms of collective re-encoding. This process demonstrates how TikTok facilitates the culturalization of public figures through visual repetition, popular culture intertextuality, and the platform's entertainment logic, thereby rendering the representational authority of political figures fluid and subject to collective renegotiation by the audience. These findings contribute to expanding the study of digital political communication by emphasizing the importance of understanding the transformation of political symbols within the framework of participatory culture and platform logic in the future.

Keywords: Netnography, Participatory Culture, Popular Culture, Representation, Tiktok

PENDAHULUAN

Kontroversi yang melibatkan Ahmad Sahroni pada tahun 2025 muncul setelah pernyataan kontroversialnya terkait wacana pembubaran DPR memicu kemarahan publik, yang berujung pada aksi massa yang mendatangi dan menjarah kediamannya di Tanjung Priok, Jakarta Utara. Massa dalam aksi tersebut juga menyebarkan berbagai barang dan dokumen pribadi Ahmad Sahroni ke ruang digital (Harahap, 2025; Maharani, 2025). Ahmad Sahroni sendiri merupakan politikus Partai NasDem yang menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi III DPR RI dan dikenal luas sebagai figur publik dengan persona visual yang kuat di media sosial (Rahmawati, 2026). Selain aktif dalam isu politik nasional, Sahroni juga kerap menarik perhatian publik melalui gaya hidup mewah, koleksi kendaraan, dan penampilannya yang mencolok di ruang digital. Posisi formalnya sebagai elite politik nasional membuat transformasi representasinya dalam budaya populer digital menjadi menarik untuk dikaji.

Kontroversi tersebut kemudian memicu respons publik yang luas di media sosial. Respons tersebut tidak hanya muncul dalam bentuk kritik verbal, tetapi berkembang menjadi praktik representasi visual partisipatif melalui tren digital. Salah satu yang paling menonjol adalah tren "*pick ur Sahroni outfit*" yang viral di TikTok dengan *hashtag* #sahronibabes. Dalam tren ini, pengguna mereproduksi dan meniru *outfit* golf berwarna mencolok khas Ahmad Sahroni yang sebelumnya viral di media sosial dan kemudian dijadikan bahan konten humor visual, *OOTD*, *cosplay*, hingga *dance* di berbagai platform digital (Noviandi, 2025). Dibandingkan tren parodi politik digital lainnya yang umumnya berfokus pada kritik pidato, gestur politik, atau kebijakan tertentu, tren #sahronibabes justru berpusat pada reproduksi simbol visual figur politik. Hal ini menunjukkan bahwa figur politik di media sosial tidak lagi hanya menjadi objek kritik politik, tetapi juga dapat mengalami transformasi menjadi ikon budaya populer yang direproduksi dalam logika hiburan dan dikonsumsi secara massal secara digital.

Fenomena tersebut memperlihatkan bagaimana simbol visual figur publik dapat mengalami transformasi makna melalui partisipasi kolektif pengguna media sosial. Di platform berbasis video pendek seperti TikTok, kemampuan teknis untuk menciptakan, memodifikasi, dan menyebarkan konten visual telah mendorong audiens untuk terlibat aktif dalam produksi budaya digital (Zhang, 2025). Zulli dan Zulli (2022) menjelaskan bahwa TikTok membentuk *imitation publics*, yaitu komunitas pengguna yang berpartisipasi dalam reproduksi konten melalui praktik imitasi visual dan teknologi platform. Berdasarkan hal tersebut, tren #sahronibabes dapat dipahami sebagai bentuk imitasi simbolik, di mana *outfit* figur publik berfungsi sebagai medium komunikasi visual yang direproduksi secara kolektif oleh audiens. Praktik ini menunjukkan bahwa simbol visual seperti pakaian tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai simbol identitas yang dapat dikonstruksi dan dimaknai ulang dalam ruang digital.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran fungsi komunikasi digital. Simbol figur publik tidak lagi diproduksi dalam kerangka komunikasi politik formal, tetapi diproduksi ulang melalui budaya partisipatif. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa budaya konvergensi menggeser posisi audiens dari konsumen pasif menjadi partisipan aktif dalam produksi dan sirkulasi konten. Dalam perkembangannya, individu dapat berkontribusi dalam produksi makna kolektif melalui media digital (Jenkins dkk., 2016). Penelitian Darvin (2022) menunjukkan bahwa TikTok memperkuat bentuk *participatory culture* melalui kemampuan algoritmik platform yang memungkinkan konten untuk dapat direplika dan dimodifikasi secara cepat dan masif. Dengan demikian, reproduksi simbol visual dalam tren digital tidak hanya mencerminkan praktik imitasi, tetapi juga menunjukkan proses konstruksi makna kolektif dalam budaya platform.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa simbol visual memiliki peran penting dalam pembentukan identitas digital. Halim dan Sari (2024) menemukan bahwa budaya visual digital, termasuk *meme* dan konten visual lainnya memungkinkan pengguna untuk membangun dan menegosiasikan identitas melalui simbol seperti pakaian, pose, dan gaya visual. Simbol visual tersebut berfungsi sebagai bahasa simbolik yang digunakan untuk memproduksi makna sosial dalam ruang digital. Oleh karena itu, reproduksi *outfit* Sahroni dalam tren #sahronibabes dapat dipahami sebagai praktik komunikasi visual yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi

dalam konstruksi makna simbolik figur publik.

Literatur mengenai *meme* dan budaya digital juga menunjukkan bahwa reproduksi simbol visual sering kali menghasilkan transformasi makna figur publik. Cahya (2023) menjelaskan bahwa budaya *meme* memungkinkan audiens terlibat dalam reproduksi dan reinterpretasi simbol melalui humor dan imitasi. Fan (2025) serta Ng dkk. (2021) juga menunjukkan bahwa praktik imitasi visual di TikTok tidak hanya bersifat teknis, tetapi menjadi medium ekspresi identitas dan produksi makna sosial. Dengan demikian, tren #sahronibabes tidak hanya merepresentasikan praktik impersonifikasi visual, tetapi juga menunjukkan proses kolektif ketika simbol figur publik direkonstruksi sebagai bagian dari budaya populer digital.

Dalam konteks Indonesia, penelitian mengenai *meme* politik umumnya menempatkan *meme* sebagai medium komunikasi kritis dan ekspresi opini publik terhadap figur maupun peristiwa politik. Putra dkk. (2023) serta Humaini dan Satyo (2024) menunjukkan bahwa *meme* politik berfungsi sebagai alat komunikasi simbolik yang memungkinkan publik menyampaikan kritik dan evaluasi terhadap aktor politik melalui humor digital. Nugraha (2025) juga menemukan bahwa TikTok seringkali menjadi ruang alternatif bagi ekspresi satire dan ironi terhadap figur politik. Temuan-temuan tersebut memperkuat asumsi bahwa reproduksi simbol figur publik di media sosial cenderung dipahami sebagai bentuk kritik politik.

Kendati demikian, penelitian terbaru menunjukkan bahwa *meme* dan tren digital tidak selalu berfungsi sebagai alat kritik. Indirawati dkk. (2025) menegaskan bahwa sebagian praktik viral di media sosial lebih berorientasi pada artikulasi identitas kolektif, humor sosial, dan partisipasi budaya dibandingkan pada resistensi politik langsung. Hal ini menunjukkan adanya ambiguitas dalam praktik reproduksi simbol figur publik. Di satu sisi, tren digital dapat mengandung unsur satire, tetapi di sisi lain juga dapat berfungsi sebagai ekspresi budaya populer yang tidak sepenuhnya terikat pada wacana politik formal.

Secara normatif, reproduksi simbol visual figur publik dalam media sosial sering diasumsikan tetap berkaitan dengan konteks sosial-politik yang melatarbelakanginya karena simbol tersebut merupakan bagian dari identitas publik yang memiliki makna institusional tertentu (Jenkins dkk., 2016; Zhang, 2025). Namun secara empiris, tren #sahronibabes menunjukkan dinamika yang berbeda. Reproduksi simbol visual dalam tren ini tidak mempertahankan muatan politik awalnya secara eksplisit, melainkan mengalami dekontekstualisasi dan direkonstruksi sebagai simbol budaya populer yang direplikasi dalam konteks hiburan, estetika visual, dan partisipasi tren digital.

Proses dekontekstualisasi ini sejalan dengan temuan Fan (2025) dan Zulli & Zulli (2022), yang menunjukkan bahwa simbol figur publik dalam budaya TikTok dapat terlepas dari konteks awalnya dan menjadi bagian dari sirkulasi budaya digital yang lebih luas. Halim dan Sari (2024) juga menegaskan bahwa identitas figur publik dalam ruang digital tidak lagi sepenuhnya dikendalikan oleh subjeknya, tetapi dinegosiasikan dan diproduksi ulang secara kolektif oleh audiens. Dengan demikian, simbol visual seperti *outfit* figur publik dapat mengalami transformasi dari representasi identitas politik menjadi objek budaya populer dalam praktik partisipatif digital.

Untuk memahami proses transformasi makna tersebut, penelitian ini menggunakan teori representasi Stuart Hall sebagai *grand theory*. Hall (1997) menegaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa dan sistem tanda, di mana makna tidak melekat secara tetap pada suatu objek, melainkan dikonstruksi melalui praktik budaya yang bersifat kontekstual dan relasional. Dalam kerangka tersebut, simbol visual seperti pakaian tidak memiliki makna tunggal yang stabil, tetapi terbuka untuk didekode dan dimaknai ulang oleh audiens berdasarkan konteks budaya dan posisi sosial mereka (Hall dkk., 1980). Dalam perkembangan media digital, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi pesan, tetapi juga membentuk kondisi baru bagi audiens untuk memproduksi pembacaan baru terhadap simbol figur publik (Shaw, 2017). Dalam tren #sahronibabes, *outfit* Sahroni mengalami dekontekstualisasi dari representasi identitas politik menjadi simbol budaya populer melalui praktik humor dan partisipasi visual kolektif.

Kondisi ini menunjukkan adanya celah teoretis dalam kajian komunikasi digital. Sebagian

besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada *meme* politik sebagai bentuk kritik, resistensi, atau *politic mediatization* (Pandutama dkk., 2024). Sementara transformasi simbol visual figur politik sebagai objek budaya populer melalui praktik impersonifikasi dan tren partisipatif belum banyak dikaji secara spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana simbol visual figur politik direpresentasikan ulang dalam budaya partisipatif TikTok serta bagaimana proses tersebut berkontribusi pada transformasi makna figur publik dalam konteks budaya digital kontemporer.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana praktik humor partisipatif dalam tren #sahronibabes mentransformasikan figur politik sebagai objek budaya populer digital. Penelitian ini berangkat dari permasalahan mengenai bagaimana praktik partisipatif di TikTok dapat merekonstruksi simbol visual figur politik melalui reproduksi dan imitasi visual sehingga mengalami pergeseran makna dari representasi identitas politik menjadi simbol budaya populer. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memperluas kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami transformasi simbolik figur politik melalui budaya partisipatif visual di media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis yang memandang makna sebagai hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui praktik budaya dan interaksi antarindividu (Creswell & Poth, 2018). Metode yang digunakan adalah netnografi, yaitu adaptasi etnografi untuk meneliti budaya dan interaksi di lingkungan digital secara alamiah dan kontekstual (Kozinets, 2020). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengamati praktik komunikasi, simbol, serta pola partisipasi pengguna media sosial secara langsung tanpa melakukan intervensi. Metode netnografi dinilai relevan untuk mengkaji fenomena viral berbasis budaya partisipatif dan reproduksi simbol visual di media sosial, khususnya pada platform berbasis video pendek seperti TikTok (Abidin, 2021).

Kerangka teoretis penelitian ini menggunakan teori representasi Hall (1997) untuk memahami bagaimana makna simbol visual diproduksi, dinegosiasikan, dan direkonstruksi melalui praktik budaya. Selanjutnya, konsep *participatory culture* dari Jenkins (2006) digunakan sebagai *middle-range theory* untuk menjelaskan transformasi audiens dari konsumen pasif menjadi produsen aktif. Digunakan juga konsep *imitation publics* dari Zulli dan Zulli (2022) untuk menjelaskan mekanisme reproduksi konten melalui praktik imitasi visual yang khas dalam budaya TikTok.

Data penelitian dikumpulkan melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi terhadap konten TikTok yang menggunakan tagar #sahronibabes. Dari ribuan konten yang beredar selama periode viralitas tren, peneliti memilih 40 konten menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan visibilitas konten pada kolom *top* dalam hasil pencarian hashtag TikTok, karena fitur tersebut menampilkan konten yang paling banyak berinteraksi dan paling merepresentasikan tren yang sedang berkembang di platform. Konten tidak dipilih semata berdasarkan jumlah *views* tertinggi, tetapi berdasarkan kemampuannya merepresentasikan karakteristik utama tren #sahronibabes secara visual dan partisipatif.

Konten dipilih menggunakan beberapa kriteria, yaitu: (1) secara eksplisit menampilkan imitasi visual *outfit* golf Ahmad Sahroni; (2) menggunakan tagar #sahronibabes atau tagar relevan yang menunjukkan keterkaitan langsung dengan tren, seperti #sahroni dan #sahronioutfit; (3) memiliki tingkat keterlibatan atau *engagement* yang terlihat melalui jumlah *views*, *likes*, atau komentar sebagai indikator bahwa konten tersebut berpartisipasi dalam sirkulasi tren; serta (4) merepresentasikan variasi bentuk partisipasi, seperti OOTD, *dance*, satire visual, dan parodi visual. Meskipun beberapa konten menampilkan nuansa yang berbeda, tetapi seluruh sampel tetap memiliki satu kesamaan, yaitu reproduksi dan imitasi *outfit* Ahmad Sahroni sebagai elemen visual utama dalam video. Selain mempertimbangkan konten dengan jangkauan tinggi, penelitian ini juga memasukkan beberapa konten dengan jangkauan menengah untuk menangkap keragaman praktik partisipatif pengguna dan menghindari dominasi perspektif dari

akun viral semata. Dengan demikian, sampel yang dipilih dapat merepresentasikan pola reproduksi simbol visual dan variasi kreativitas partisipatif yang muncul dalam tren #sahronibabes.

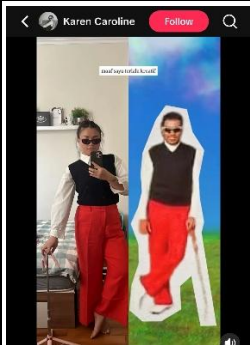
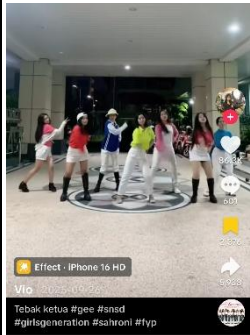
Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi kualitatif dengan fokus pada identifikasi pola reproduksi visual, representasi simbolik, serta dinamika partisipasi kolektif dalam membentuk makna tren. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengungkap bagaimana simbol visual figur publik mengalami dekontekstualisasi dan bertransformasi menjadi objek budaya populer dalam ekosistem komunikasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi terhadap 40 konten TikTok tren #sahronibabes, ditemukan bahwa seluruh konten berpusat pada reproduksi visual outfit golf Ahmad Sahroni sebagai simbol utama tren. Konten-konten tersebut tidak hanya menampilkan imitasi pakaian secara langsung, tetapi juga dikembangkan dalam berbagai bentuk partisipasi visual seperti OOTD, dance, parodi humor, hingga satire simbolik. Mayoritas pengguna mereproduksi kombinasi warna mencolok yang identik dengan outfit golf Sahroni, seperti perpaduan rompi, kaus berwarna terang, topi golf, serta pose dari foto Sahroni yang sebelumnya viral di media sosial. Temuan ini konsisten dengan karakter meme digital yang mengedepankan replikasi dan variasi simbol visual sebagai bentuk produksi konten (Zulli & Zulli, 2022).

Untuk mempermudah identifikasi pola representasi visual dan bentuk partisipasi pengguna dalam tren tersebut, peneliti mengklasifikasikan 40 konten ke dalam tiga kategori utama sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

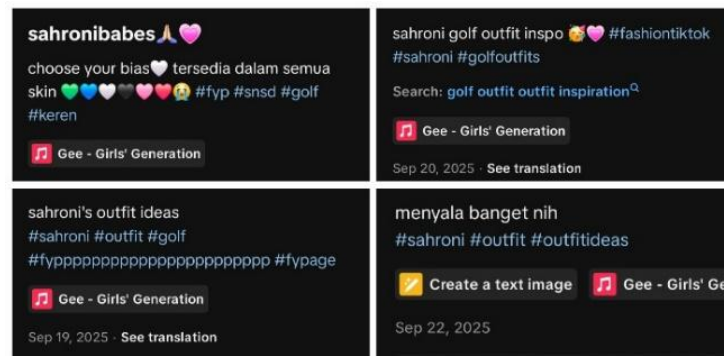
Tabel 1. Klasifikasi Bentuk Partisipasi Konten #sahronibabes di TikTok

Kategori	Karakteristik Konten	Bentuk Representasi	Jumlah	Contoh Temuan	Visualisasi
Reproduksi Visual Murni	Konten hanya berfokus pada imitasi <i>outfit</i> golf Sahroni tanpa narasi kritik eksplisit.	<i>OOTD</i> , pose foto, imitasi warna pakaian dan atribut golf.	18 konten	Pengguna meniru <i>outfit</i> putih dengan rompi hitam, kacamata hitam, stik golf, dan pose foto Sahroni.	
Performativitas dan Hiburan	Konten menggabungkan imitasi <i>outfit</i> dengan tarian atau koreografi audio populer.	<i>Dance</i> koreografi lagu Gee SNSD.	14 konten	Pengguna melakukan <i>dance</i> sambil mengenakan <i>outfit</i> golf yang menyerupai gaya Sahroni.	

Kategori	Karakteristik Konten	Bentuk Representasi	Jumlah	Contoh Temuan	Visualisasi
Satire dan Parodi Simbolik	Konten mengandung <i>caption</i> atau narasi yang menyiratkan sindiran terhadap figur politik.	Humor visual, <i>caption</i> satire, stereotip pejabat dan gaya hidup elite.	8 konten	<i>Caption</i> seperti “karyawan rakyat yang banyak PR-nya” atau “day 1 jadi anggota dewan”.	

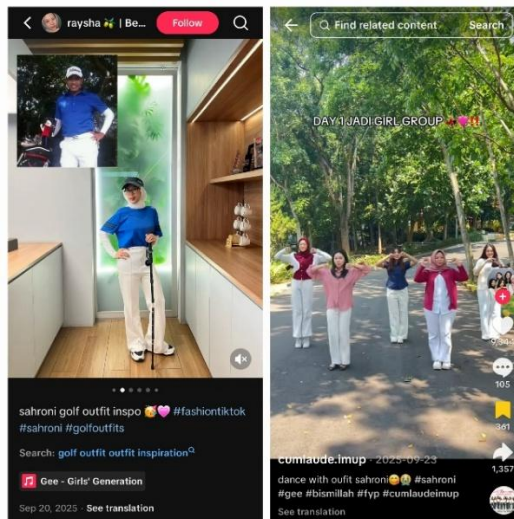
Sumber: Dokumentasi peneliti pada tren #sahronibabes di TikTok (2026)

Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa mayoritas konten berada pada kategori reproduksi visual dan performativitas hiburan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tren #sahronibabes lebih dominan beroperasi melalui logika estetika visual dan budaya partisipatif dibanding kritik politik eksplisit. Meskipun beberapa konten mengandung satire simbolik, sebagian besar partisipasi pengguna berfokus pada reproduksi gaya visual Ahmad Sahroni sebagai objek hiburan kolektif dan budaya populer digital. Temuan ini juga menunjukkan bahwa simbol visual figur politik dalam budaya platform tidak lagi berfungsi secara tunggal sebagai representasi identitas institusional, tetapi mengalami pergeseran menjadi material budaya yang dapat direproduksi dan dimodifikasi ulang oleh pengguna media sosial. Dalam konteks ini, *outfit* golf Ahmad Sahroni tidak lagi dipahami semata sebagai bagian dari identitas personal atau status politiknya, melainkan sebagai simbol visual yang kompatibel dengan logika viralitas dan kreativitas TikTok.



Gambar 1. Penggunaan Lagu Gee dari Girls' Generation sebagai Latar Musik Konten Tren #sahronibabes

Temuan lain yang signifikan adalah penggunaan latar musik populer dalam tren ini. Sebagian besar konten menggunakan lagu Gee oleh Girls' Generation sebagai latar musik. Penggunaan lagu ini tidak bersifat acak, melainkan berkaitan langsung dengan kesamaan estetika visual antara *outfit* golf yang diparodikan dan konsep visual dalam video musik Gee, yang menampilkan anggota Girls' Generation dengan pakaian berwarna-warni cerah dan kontras. Identitas visual Gee yang ikonik dengan berbasis warna yang mencolok dan komposisi fashion yang playful, secara semiotik selaras dengan karakteristik *outfit* golf Sahroni yang menjadi objek parodi. Dengan demikian, pemilihan lagu ini memperkuat efek humor melalui asosiasi visual lintas konteks. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya digital memungkinkan simbol lokal, seperti outfit figur politik, dikaitkan dengan estetika budaya pop global seperti K-Pop untuk memperkuat daya tarik visual dan partisipasi pengguna di media sosial.



Gambar 2. Parodi *Outfit* dengan Pose (kiri) dan dengan Tarian Koreografi Lagu Gee (kanan)

Dalam 40 konten yang dianalisis, ditemukan variasi konten utama yang dapat dibedakan dalam bentuk visual saja dan koreografi sederhana. Sekitar separuh konten menampilkan pengguna yang menirukan pose foto Ahmad Sahroni, sedangkan sebagian lainnya melibatkan gerakan tarian yang disesuaikan dengan koreografi lagu Gee. Hal ini menunjukkan bahwa parodi *outfit* juga dapat mengandung elemen kinestetik berupa gestur dan pose yang merepresentasikan identitas figur secara implisit. Variasi lain yang ditemukan adalah penggunaan *outfit* yang dimodifikasi dengan unsur humor, seperti memadukan pakaian sehari-hari dengan aksesoris cerah yang mirip *outfit* golf, yang memperlihatkan sifat kreatif dalam reproduksi visual. Secara keseluruhan, 40 konten yang telah dianalisa menunjukkan bahwa tren #sahronibabes berperan sebagai fenomena partisipatif digital di mana pengguna tidak hanya meniru statis simbol visual, tetapi juga menghasilkan variasi kreatif dari simbol tersebut. Variasi tersebut masih tetap berada dalam kerangka satu kategori utama, parodi *outfit* golf hanya saja juga diproduksi dalam bentuk yang berbeda sesuai preferensi kreatif masing-masing pengguna.

Reproduksi Visual sebagai Mekanisme Partisipasi Kolektif

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tren #sahronibabes tidak berkembang melalui perdebatan politik, melainkan melalui reproduksi visual yang seragam, seperti imitasi *outfit* warna-warni figur politik, penggunaan format video yang serupa, serta pengulangan audio yang sama. Pola ini mengonfirmasi karakter *participatory culture* sebagaimana dijelaskan Jenkins dkk. (2016), di mana audiens bertransformasi menjadi produsen simbol yang aktif membentuk ulang makna. Partisipasi dalam konteks ini bukan sekadar konsumsi konten, melainkan keterlibatan dalam sirkulasi budaya. Karakter ini sejalan dengan konsep *imitation publics* yang dikemukakan Zulli & Zulli (2022) bahwa TikTok dapat membangun ruang publik berbasis imitasi, di mana partisipasi ditandai oleh kesediaan pengguna untuk mereplikasi format visual tertentu. *Outfit* figur politik dalam #sahronibabes berfungsi sebagai *template* visual yang memungkinkan pengguna bergabung ke dalam tren tanpa harus menyatakan sikap politik secara eksplisit.

Dalam perspektif teori representasi, reproduksi massal *outfit* Ahmad Sahroni dalam tren #sahronibabes menunjukkan bagaimana simbol visual figur publik dapat dimaknai ulang secara kolektif oleh audiens. Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens tidak selalu menerima makna dominan yang dikonstruksi oleh produsen pesan, tetapi dapat melakukan negosiasi terhadap makna tersebut sesuai konteks budaya mereka. Dalam tren #sahronibabes, *outfit* golf Sahroni yang semula merepresentasikan identitas pejabat publik, gaya hidup elite, dan simbol status justru *didecode* ulang oleh pengguna TikTok menjadi materi humor dan konten kreatif. Dengan demikiansimbol visual tersebut mengalami pergeseran makna dari representasi kekuasaan menjadi objek partisipasi budaya populer.

Hall (1997) menegaskan bahwa pakaian tidak lagi hanya sekadar dipahami sebagai elemen *fashion*, tetapi juga dapat dipahami sebagai sistem tanda yang membawa kode budaya tertentu. Outfit yang mencolok yang dikenakan seorang anggota DPR RI dapat dibaca sebagai representasi kelas sosial, kekuasaan, dan citra personal figur politik. Namun, dalam tren #sahronibabes kode visual tersebut direproduksi secara kolektif melalui imitasi *outfit*, pose tubuh, hingga ekspresi performatif menggunakan lagu Gee milik Girls' Generation. Proses ini menunjukkan bahwa simbol politik tidak memiliki makna yang tetap, tetapi dapat berubah ketika direpresentasikan ulang dalam konteks budaya digital yang berbeda.

Penelitian Fan (2025) juga memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa pengguna TikTok berperan sebagai *prosumers* yang memproduksi dan memodifikasi simbol budaya secara kolektif. Dengan demikian, reproduksi *outfit* dalam #sahronibabes bukan sekadar ekspresi individual, tetapi bagian dari mekanisme produksi makna berbasis platform. Partisipasi didorong oleh logika viralitas, keterlihatan (*visibility*), dan keterhubungan sosial. Lebih jauh, studi Arsietia dkk. (2025) menunjukkan bahwa fenomena *FOMO* (*fear of missing out*) juga mendorong pengguna untuk terlibat dalam tren yang sedang viral. Dalam konteks ini, partisipasi dalam #sahronibabes dapat dipahami sebagai dorongan untuk tidak tertinggal dalam arus budaya populer digital, bukan sebagai ekspresi kritik politik. Hal ini mempertegas bahwa dinamika tren lebih dipengaruhi oleh logika platform dibanding agenda ideologis.

Melalui temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa terdapat pergeseran karakter partisipasi politik di ruang digital. Jika dalam paradigma klasik partisipasi politik diukur melalui diskursus rasional, maka pada budaya platform partisipasi dapat terjadi dalam bentuk estetika dan performativitas visual. Politik menjadi materi budaya yang dapat dimainkan, ditiru, dan direproduksi.

Dekontekstualisasi Simbol Politik dalam Budaya Platform

Reproduksi *outfit* figur politik dalam tren ini memperlihatkan proses dekontekstualisasi simbolik. *Outfit* yang pada konteks awalnya merupakan bagian dari identitas personal sekaligus representasi institusional seorang anggota DPR RI, tetapi dalam tren #sahronibabes konteks politik dalam identitas personal tersebut hilang dan direduksi menjadi objek estetika yang lucu, mencolok, dan mudah ditiru oleh publik. Hall (1997) menjelaskan bahwa makna sebuah representasi tidak pernah bersifat tetap, melainkan selalu terbuka untuk diartikulasikan ulang dalam konteks budaya yang berbeda. Proses reartikulasi inilah yang terjadi dalam tren #sahronibabes, di mana simbol yang semula terikat pada konteks institusional dan kekuasaan diartikulasikan ulang ke dalam konteks hiburan digital.

Zulli dan Zulli (2022) menjelaskan bahwa dalam budaya TikTok, simbol sering kali dapat dipisahkan dari konteks aslinya melalui sirkulasi imitasi visual yang berulang. Fan (2025) menambahkan bahwa budaya platform mendorong transformasi simbol publik menjadi materi partisipasi kolektif yang tidak lagi terikat pada struktur institusional. Temuan penelitian ini memperkuat argumen tersebut, di mana figur politik tidak dibicarakan sebagai aktor kebijakan atau representasi kekuasaan, melainkan sebagai ikon visual yang dapat direkonstruksi dalam format hiburan. Kerangka Hall memperjelas mekanisme di balik proses ini. Ketika suatu simbol berpindah dari satu konteks ke konteks lain, simbol tersebut akan melewati proses *re-encoding* di mana kode-kode lama ditanggalkan dan kode-kode baru yang sesuai dengan konteks penerima diperkenalkan (Hall dkk., 1980). Dalam tren #sahronibabes, kode-kode kekuasaan yang melekat pada *outfit* tersebut ditanggalkan, sementara kode-kode baru berupa kelucuan, warna-warni yang berlebihan, dan asosiasi dengan K-Pop diperkenalkan sebagai penggantinya.



Gambar 3. Beberapa Perspektif Netizen atas *Outfit* Golf Sahrni

Ambiguitas makna tersebut tergambar secara konkret dalam data. Konten @credibleofsource mendokumentasikan bagaimana netizen membaca *outfit* yang sama dalam setidaknya tiga kategori berbeda secara bersamaan. Pertama sebagai objek humor (“kayak liat *meme* baru”), kedua sebagai referensi budaya pop (“cocok buat *parody* MV SNSD”), dan terakhir sebagai material kreatif (“kostum halloween ekonomis”). Ketiganya aktif bersirkulasi dalam satu tren yang sama. Kondisi ini serupa dengan yang disebut oleh Hall (1980) sebagai polisemi tanda, di mana satu simbol terbuka untuk didekode secara berbeda oleh audiens tergantung budaya yang melatarbelakangi mereka. Hal ini menjadi bukti empiris bahwa proses dekontekstualisasi dalam tren #sahronibabes tidak menghasilkan makna tunggal, melainkan membuka ruang yang dapat memunculkan makna yang beragam.

Dekontekstualisasi ini tidak berarti makna politik sepenuhnya hilang. Unsur implisit yang terkesan merendahkan tetap dapat terbaca, terutama karena simbol tersebut berkaitan dengan figur yang memiliki jabatan publik. Namun, proses transformasinya tidak berbentuk serangan langsung atau resistensi eksplisit. Sebaliknya, makna politik melebur dalam logika hiburan dan viralitas platform. Dengan demikian, tren ini menunjukkan bagaimana kekuasaan simbolik figur politik menjadi lebih cair dalam budaya digital. Otoritas representasional tidak lagi sepenuhnya berada pada figur tersebut, tetapi dinegosiasikan melalui praktik kolektif pengguna atau sebuah kondisi yang disebut sebagai *the floating of meaning*, yaitu ketidakstabilan makna yang inheren dalam setiap sistem representasi (Hall, 1997).

Kulturalisasi Figur Politik dan Logika Hiburan Digital

Selain dekontekstualisasi, temuan dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya proses kulturalisasi figur politik, yaitu pergeseran figur dari ranah politik ke ranah budaya populer digital. Dalam konteks media sosial, identitas figur publik tidak lagi sepenuhnya dikontrol oleh institusi atau oleh individu yang bersangkutan, tetapi dapat dinegosiasikan ulang melalui praktik representasi kolektif yang dilakukan oleh pengguna media. Clapton (2025) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan figur publik mengalami reartikulasi identitas melalui interaksi budaya populer, sehingga makna simbolik figur tersebut dapat berubah sesuai dengan praktik partisipatif audiens. Hal ini selaras dengan perspektif Hall (1997) bahwa representasi selalu merupakan praktik kekuasaan, namun kekuasaan itu terdistribusi dan tidak sepenuhnya terpusat pada satu pihak.

Proses kulturalisasi tersebut tampak jelas dalam tren #sahronibabes melalui penggunaan lagu Gee sebagai latar musik dalam banyak konten. Lagu ini identik dengan estetika visual warna-warni yang populer pada era debut *Girls' Generation*, sehingga menciptakan keterkaitan simbolik antara simbol politik dan budaya populer yang sudah familiar bagi audiens.

Dalam tren ini, *outfit* warna-warni figur politik dipertemukan dengan estetika visual K-Pop yang *playful* dan cerah. Pertemuan dua simbol tersebut menghasilkan representasi baru di mana figur politik tidak lagi diposisikan terutama sebagai aktor institusional, melainkan sebagai elemen visual yang kompatibel dengan format hiburan digital. Dalam kerangka Hall, ini merupakan contoh nyata dari bagaimana makna diproduksi melalui relasi antaratanda dan antarsistem representasi, bukan oleh objek itu sendiri (Hall, 1997).



Gambar 4. Beberapa Framing Publik atas *Outfit* Golf Sahroni

Proses kulturalisasi ini terlihat dari cara audiens menghubungkan simbol politik dengan sistem representasi budaya populer melalui praktik reproduksi visual dan referensi budaya digital. Konten @credibleofsource secara eksplisit menunjukkan bahwa publik memframing *outfit* Sahroni sebagai “mirip teaser MV Gee tanpa musik” dan menyebut figur tersebut tampil “bak member SNSD nyasar”. Hal ini merupakan bentuk framing yang secara langsung melepaskan figur tersebut dari konteks institusionalnya sebagai anggota DPR RI dan menempatkannya dalam sistem penilaian estetika K-Pop. Lebih jauh, publik bahkan menyarankan *outfit* ini sebagai “kostum halloween ekonomis”, yang menunjukkan bahwa simbol politik telah sepenuhnya bermigrasi ke dalam logika konsumsi budaya populer.

Dinamika ini menunjukkan bahwa dalam budaya platform, politik tidak selalu hadir dalam bentuk debat atau polarisasi wacana, tetapi dapat mengalami estetisasi melalui format hiburan visual. Studi Hernawo (2025) menunjukkan bahwa budaya partisipatif TikTok beroperasi dalam logika-logika viralitas dan kreativitas, di mana nilai hiburan sering kali lebih dominan dibanding nilai informatif. Dalam konteks tersebut, *outfit* figur politik bertransformasi menjadi *template* visual yang mudah direproduksi dan dimodifikasi oleh pengguna. Transformasi ini tidak sekadar merepresentasikan imitasi visual, tetapi juga menunjukkan pergeseran identitas simbolik figur politik. Figur tersebut tidak lagi dipahami terutama sebagai representasi kekuasaan, melainkan sebagai ikon visual yang dapat dimainkan dalam praktik humor, tarian, dan ekspresi kolektif dalam budaya populer digital.

Ambiguitas Makna dan Implikasinya terhadap Citra Politik

Salah satu karakter utama dalam tren #sahronibabes adalah dominasi humor partisipatif yang diwujudkan melalui ekspresi visual yang ringan, *playful*, serta mudah direplikasi, seperti gaya berpakaian, tarian menggunakan koreografi lagu Gee, serta performativitas visual lainnya. Pola ini menunjukkan bahwa partisipasi pengguna lebih banyak didorong oleh logika hiburan, kreativitas, dan keterlibatan sosial dibandingkan ekspresi kritik politik yang eksplisit. Temuan ini sejalan dengan penelitian Indirawati dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa praktik viral di media

sosial tidak selalu berorientasi pada resistensi politik, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan akan hiburan, identitas, dan partisipasi kolektif. Dalam konteks ini, humor berfungsi sebagai mekanisme kultural yang memfasilitasi keterlibatan luas tanpa menuntut posisi ideologis tertentu dari pengguna.

Namun demikian, humor dalam tren ini tidak sepenuhnya netral. Terdapat ambiguitas makna, di mana konten dapat dimaknai sebagai hiburan kolektif sekaligus sebagai bentuk reduksi simbolik terhadap figur politik. Ambiguitas ini dapat dipahami melalui model *encoding/decoding* dari Hall dkk. (1980), yang menekankan bahwa makna bersifat polisemik dan terbuka terhadap berbagai interpretasi audiens. Dalam tren #sahronibabes, audiens tidak sepenuhnya menganggap *outfit* Ahmad Sahroni sebagai simbol yang merepresentasikan identitas dan otoritas politik, tetapi juga tidak secara eksplisit menolaknya melalui kritik langsung. Sebaliknya, mereka menempati posisi negosiasi dengan melakukan apropriasi kreatif terhadap simbol tersebut dalam format humor dan estetika visual, sehingga muatan politiknya mengalami penangguhan dan bergeser ke ranah budaya populer digital.

Ambiguitas makna ini tidak hanya bekerja pada level interpretasi, tetapi juga berdampak pada citra politik figur yang direpresentasikan. Di satu sisi, transformasi figur politik menjadi objek humor digital dapat menghasilkan efek *humanizing*, yaitu membuat figur politik tampak lebih dekat, *relatable*, dan akrab bagi publik. Hautea dkk. (2021) menjelaskan bahwa eksposur figur politik melalui konten hiburan di TikTok dapat memperkuat keterlibatan emosional (*affective engagement*) karena audiens merasa berinteraksi dengan representasi yang lebih personal dan informal dibanding komunikasi politik institusional. Dalam hal ini, viralitas tren #sahronibabes dapat menguntungkan Ahmad Sahroni karena memperluas visibilitasnya di luar audiens dalam kelompok politik formal dan menempatkannya dalam lanskap budaya populer yang lebih mudah diterima generasi muda.

Fenomena ini berkaitan dengan konsep *pop politics*, yaitu kondisi ketika figur politik direpresentasikan menggunakan logika budaya populer dan hiburan untuk membangun kedekatan emosional dengan publik. Dalam platform seperti TikTok, eksistensi politik tidak lagi hanya dibentuk melalui pidato, kebijakan, atau representasi institusional, tetapi juga melalui performativitas visual, humor, dan viralitas. Dengan demikian, figur politik dapat memperoleh keuntungan simbolik karena mampu tampil secara lebih fleksibel dan kompatibel dengan budaya digital.

Di sisi lain, proses ini juga berpotensi menimbulkan *trivialization* terhadap figur politik maupun institusi yang direpresentasikannya. Dalam kajian komunikasi politik, *trivialization* merujuk pada proses ketika isu, simbol, atau figur politik direduksi menjadi bentuk hiburan yang lebih menonjolkan aspek sensasional, humor, dan estetika dibanding substansi politiknya. Akibatnya, makna institusional dan otoritas simbolik yang melekat pada figur politik dapat mengalami pelemahan karena publik lebih mengenalnya melalui citra viral daripada kapasitas politiknya. Ketika simbol visual seorang anggota DPR terus-menerus direproduksi sebagai objek humor dan hiburan digital, figur tersebut berisiko dipahami lebih sebagai ikon budaya populer dibanding representasi lembaga politik formal.

Penelitian mengenai *politainment* dalam Pemilu Indonesia 2024 menunjukkan bahwa politik di media sosial semakin dikemas melalui logika hiburan dan *gimmick*, sehingga aspek popularitas visual sering kali lebih menonjol dibanding substansi politik itu sendiri (Satriawan dkk., 2025). Dalam tren #sahronibabes, *outfit* golf Ahmad Sahroni pada akhirnya lebih banyak dikenali sebagai simbol visual yang lucu, ikonik, dan mudah diparodikan dibanding sebagai representasi pejabat negara. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya platform seperti TikTok dapat menggeser persepsi publik terhadap figur politik dari aktor institusional menjadi bagian dari konsumsi hiburan digital sehari-hari.

Fenomena tersebut juga memperlihatkan bagaimana logika *pop politics* bekerja dalam budaya media sosial. Representasi politik di platform digital semakin bergantung pada visibilitas, performativitas, dan daya tarik hiburan untuk membangun kedekatan dengan audiens (Ariadi dkk., 2024; Satriawan dkk., 2025). Akibatnya, batas antara komunikasi politik dan budaya populer

menjadi semakin kabur. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap institusi DPR secara lebih luas, karena figur anggota dewan lebih sering hadir sebagai objek viral dan hiburan dibanding representasi kerja politik substantif.

Dengan demikian, tren #sahronibabes tidak dapat dipahami secara tunggal sebagai bentuk hiburan maupun sebagai serangan reputasi, melainkan sebagai bentuk negosiasi simbolik yang menghasilkan konsekuensi ganda terhadap citra politik. Di satu sisi, humor partisipatif mampu meningkatkan kedekatan emosional dan visibilitas figur politik melalui mekanisme *humanizing*. Namun di sisi lain, reproduksi simbol secara masif dalam logika hiburan digital juga berpotensi menimbulkan *trivialization* yang menggeser otoritas simbolik figur politik dan melemahkan kesan institusional yang melekat padanya. Dalam kerangka Hall (1997; 1980), kondisi ini menunjukkan bahwa makna simbol politik di media sosial selalu berada dalam proses negosiasi yang dinamis dan tidak lagi sepenuhnya dikendalikan oleh aktor politik itu sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tren #sahronibabes merepresentasikan transformasi simbol visual figur politik melalui praktik budaya partisipatif di TikTok. *Outfit* golf Ahmad Sahroni yang awalnya merepresentasikan identitas personal dan institusional sebagai anggota DPR mengalami dekontekstualisasi dan direkonstruksi ulang menjadi objek budaya populer digital melalui reproduksi visual, humor, dan performativitas pengguna. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa partisipasi publik dalam tren ini tidak sepenuhnya beroperasi sebagai kritik politik eksplisit, melainkan sebagai bentuk negosiasi makna yang berada di antara humor, estetika, dan reduksi simbolik. Dalam konteks budaya platform, simbol politik tidak lagi memiliki makna yang statis karena terus diproduksi ulang oleh audiens melalui logika viralitas dan budaya populer. Kondisi ini menghasilkan konsekuensi yang ambivalen, di satu sisi meningkatkan visibilitas dan kedekatan emosional figur politik dengan publik melalui efek *humanizing*, namun di sisi lain berpotensi menimbulkan *trivialization* yang menggeser otoritas simbolik figur politik maupun citra institusional DPR ke dalam format hiburan digital.

Berdasarkan temuan tersebut, aktor politik perlu mengelola representasi visual mereka secara lebih strategis di era budaya partisipatif digital. Pengelolaan tersebut tidak cukup hanya berfokus pada pencitraan personal, tetapi juga perlu menjaga keterhubungan simbol visual dengan identitas dan fungsi institusional yang mereka representasikan. Aktor politik dapat melakukan hal tersebut melalui konsistensi narasi komunikasi, pemaknaan ulang simbol visual secara proaktif, serta adaptasi terhadap budaya platform tanpa sepenuhnya larut dalam logika hiburan digital. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa tren viral dan humor partisipatif perlu dipahami oleh akademisi komunikasi politik sebagai bentuk partisipasi politik digital yang baru, karena praktik tersebut merefleksikan bagaimana publik berinteraksi, menegosiasikan, dan memproduksi ulang makna simbol politik dalam budaya media sosial kontemporer. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan tidak hanya memandang fenomena viral sebagai hiburan digital semata, tetapi juga sebagai bagian dari dinamika komunikasi politik, budaya populer, dan konstruksi legitimasi simbolik di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science*, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Ariadi, S. D., Razani, N. A., Castity, N. A., & Lesmana, V. A. (2024). Visual Dramatization of



Political Campaigns on Social Media: Multimodal Analysis of Instagram Accounts of Presidential Candidates in the 2024 General Election. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 598–615. <https://doi.org/10.33822/JEP.V7I3.8960>

Arsieta, S. M., Sulisty, P. B., & Gusfa, H. (2025). Partisipasi Generasi Z Dalam Tren Budaya Fear of Missing Out Dalam Media Sosial: Studi Netnografi Pada Akun @Skintific.Id di Aplikasi Tiktok. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(12), 12600–12668. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i12.63161>

Cahya, M. B. (2023). Motif-Motif yang Mempengaruhi Participatory Culture Internet Meme: Studi pada Khalayak Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1), 3. <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8364>

Clapton, W. (2025). Audience and Everyday Politics: Popular Culture as Political Object. Dalam *Popular Culture, Social Media, and the Politics of Identity*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003390022>

Creswell, J. W. ., & Poth, C. N. . (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage.

Darvin, R. (2022). Design, resistance and the performance of identity on TikTok. *Discourse, Context & Media*, 46, 100591. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100591>

Fan, P. (2025). From Consumers to Pro-sumers: Understanding Cross-Cultural Content Creation and Value Production on TikTok and Douyin. *Communications in Humanities Research*, 61(1), 86–94. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.21364>

Halim, S., & Sari, M. (2024). Visual Language and Identity in Digital Youth Culture: A Socio-Semiotic Study of Memes among Indonesian Gen Z. *Communica: Journal of Communication*, 2(3), 200–213. <https://doi.org/10.61978/communica.v2i3.775>

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1980). Encoding/decoding. Dalam *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203381182>

Harahap, L. (2025, September 6). 32 Barang yang Dijarah dari Rumah Ahmad Sahroni Dikembalikan, Ada Satu Bundel Sertifikat Tanah. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/news/read/6152506/32-barang-yang-dijarah-dari-rumah-ahmad-sahroni-dikembalikan-ada-satu-bundel-sertifikat-tanah>

Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B., & Zeng, J. (2021). Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok. *Social Media and Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211012344>

Hernawo, T., & Zarkasi, I. R. (2025). Komodifikasi dan Budaya Partisipatif Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran Produk Skincare di Aplikasi TikTok. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 8(1), 157–164. <https://doi.org/10.38035/rrj.v8i1.1832>

Humaini, & Satyo, N. (2024). Meme Symbolization in New Media as A Representation of Political Communication in The Digital Space. *JILPR Journal Indonesia Law and Policy Review*,



5(2), 367–376. <https://doi.org/10.56371/jirpl.v5i2.223>

- Indirawati, S., Mariasih, S., & Tambunan, G. (2025). Meme Indo di Instagram: Artikulasi Identitas Kolektif pada Ruang Digital. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 9(2), 365–381. <https://doi.org/10.22437/titian.v9i2.48377>
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>
- Jenkins, Henry., Itoo, Mizuko., & boyd, danah. (2016). *Participatory culture in a networked era : a conversation on youth, learning, commerce, and politics*. John Wiley & Sons.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*. <https://doi.org/10.4135/9781036233846>
- Maharani, I. (2025, November 15). Fakta Pembongkaran Rumah Ahmad Sahroni Usai Penjarahan Agustus 2025. *Kompas.com*. <https://amp.kompas.com/tren/read/2025/11/15/123000165/fakta-pembongkaran-rumah-ahmad-sahroni-usai-penjarahan-agustus-2025>
- Ng, L. H. X., Tan, J. Y. H., Tan, D. J. H., & Lee, R. K.-W. (2021). Will You Dance To The Challenge? Predicting User Participation of TikTok Challenges. *Proceedings of the 2021 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2021*, 356–360. <https://doi.org/10.1145/3487351.3488276>
- Noviandi, F. (2025, September 1). Foto Lawas Ahmad Sahroni Main Golf Viral dan Bikin Geger: Dulu Merasa SNSD? *Suara.com*. <https://amp.suara.com/entertainment/2025/09/01/194822/foto-lawas-ahmad-sahroni-main-golf-viral-dan-bikin-geger-dulu-merasa-snsd?>
- Nugraha, D. S. (2025). Examining Political Satire in Indonesian TikTok Videos: An Analysis of Humor and Commentary. *Language Circle: Journal of Language and Literature*, 19(2), 280–297. <https://doi.org/10.15294/lc.v19i2.2742>
- Pandutama, A., Habsari, A. K., Achmad, A. L., & Hidayat, M. A. (2024). Political Mediatization in Memes: A Netnography Study on Ganjar Pranowo & Mahfud MD Candidate Memes for The 2024 Period. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(12), 11427–11454. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i12.50056>
- Putra, A. S., Aditriyana, R., Widya, N. S., Zikri, D., & Nurhadi, F. (2023). Meme Politik Sebagai Representasi Komunikasi Kritis Di Media Sosial. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(09), 980–993. <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i09.363>
- Rahmawati, D. (2026, Januari 18). Sahroni Is Back, Jadi Wakil Ketua Komisi III DPR Lagi. *detikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-8362012/sahroni-is-back-jadi-wakil-ketua-komisi-iii-dpr-lagi?>
- Satriawan, B. H., Haridison, A., Sandi, J. R. A., Iskandar, D., Utami, P. J., Irwan, A. I. U., & Hartaman, N. (2025). Politainment in the 2024 Indonesian presidential election and positioning in downstream industry. *Frontiers in Political Science*, 6. <https://doi.org/10.3389/FPOS.2024.1494578/TEXT>
- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media



technologies. *Media, Culture and Society*, 39(4), 592–602.
<https://doi.org/10.1177/0163443717692741>

Zhang, Y. (2025). Short-form Video Platforms and Participatory Culture: A Literature Review of TikTok's Impact on Digital Engagement. *Communications in Humanities Research*, 98(1), 110–115. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.ns29699>

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media and Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>