

**Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora**  
**Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)**

**Analisis Interaksi dan Engagement Tiktok @ERIKARICHARDO dalam Penguatan Nasionalisme di Era Digital**

DOI: <https://doi.org/10.32509/petanda.v7i3.5893>

**Febe Dian Junias\*, Dewi Kartika Sari, Seto Herwandito**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, Salatiga, Indonesia  
Jl. Diponegoro No.52-60, Salatiga, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711

\*Email Korespondensi: Febedianjunias@gmail.com

**Abstract** – This study investigates audience engagement and creator-audience interaction in nationalism-themed content on the TikTok account @ErikaRichardo. It focuses on two research questions: (1) how audience engagement performs across nationalism-related posts, and (2) how narratives, visual aesthetics, and national symbols stimulate interaction. A mixed-methods sequential explanatory approach was employed, combining quantitative and qualitative stages followed by convergence. Quantitative data were gathered by observing engagement metrics-including views, likes, comments, shares, and saves-to identify content with the highest audience response. The qualitative phase consisted of content observation, comment analysis, and documentation review to explore symbolic expression, emotional narratives, aesthetic elements, and forms of audience participation. The findings reveal that Erika Richardo consistently produces nationalism-themed artwork videos around Indonesia's Independence Day, utilizing strong visual identity, iconic national symbols, and emotional storytelling to trigger meaningful audience involvement. Engagement peaked in 2023, while audiovisual narratives and symbolic representation were key motivating aspects for participation. The convergence of both data sets supports the relevance of Media Dependency Theory across cognitive, affective, and behavioral dimensions. This research contributes by demonstrating how TikTok functions as a participatory digital space to reinforce national identity, offering insights for digital creators, policymakers, and educators in promoting creative civic communication and strengthening patriotic values online.

**Keywords:** Nationalism; TikTok; Engagement; Interaksi; Media Dependency Theory

**Abstrak** – Penelitian ini menganalisis keterlibatan audiens serta interaksi kreator–audiens pada konten bertema nasionalisme di akun TikTok @ErikaRichardo. Fokus kajian mencakup dua pertanyaan utama: (1) bagaimana performa engagement pada konten bertema nasionalisme, serta (2) bagaimana narasi, estetika visual, dan simbol kebangsaan digunakan untuk mendorong interaksi audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain sequential explanatory, dimulai dari tahap kuantitatif, dilanjutkan kualitatif, kemudian integrasi hasil (konvergensi). Data kuantitatif diperoleh melalui pengamatan metrik engagement, meliputi views, likes, comments, shares, dan saves. Tahap kualitatif dilakukan melalui observasi konten, analisis komentar, serta telaah dokumentasi untuk memahami representasi simbolik, narasi emosional, elemen estetika, serta pola partisipasi audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Erika Richardo secara konsisten menghadirkan konten seni bertema nasionalisme setiap menjelang Hari Kemerdekaan RI dengan memanfaatkan simbol identitas bangsa, visual yang kuat, dan storytelling emosional. Tahun 2023 mencatat puncak engagement, sedangkan aspek emosional visual menjadi faktor



utama partisipasi audiens. Integrasi temuan menguatkan relevansi Media Dependency Theory pada dimensi kognitif, afektif, dan perilaku. Studi ini memberikan kontribusi pada pemahaman media sosial sebagai ruang partisipatif dalam memperkuat identitas kebangsaan dan komunikasi kreatif berbasis nilai patriotik.

**Kata Kunci:** Nasionalisme; TikTok; Engagement; Interaksi; Media Dependency Theory

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, termasuk melalui kehadiran media sosial. Media sosial memungkinkan orang untuk berkomunikasi tanpa batasan waktu dan jarak serta memperluas jejaring sosial (Yusuf et al., 2023). Namun, di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan seperti banjir informasi yang tidak terkontrol (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial tertinggi di dunia. Berdasarkan data *We Are Social* dan *Hootsuite*, 60,4% dari 276,4 juta penduduk Indonesia terhubung dengan media sosial, dan 77% merupakan pengguna internet aktif. *Platform* seperti Google, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter (X), dan TikTok menjadi yang paling populer masing-masing menawarkan karakteristik konten yang unik. (Riyanto Dwi, 2024)

Akun TikTok @ErikaRichardo menjadi salah satu contoh menarik dalam konteks ini. Erika adalah seorang mahasiswa asal Jakarta yang dikenal karena konten seni lukis bertema nasionalisme dan budaya Indonesia. Sejak tahun 2020, ia rutin membuat konten bertema Hari Kemerdekaan Indonesia. Salah satu kontennya pada tahun 2024, melukis di mobil Rolls Royce yang ia pakai sebagai media lukisnya, menjadi viral dan mendapatkan engagement tinggi: 24,5 juta *views*, 1,4 juta *likes*, 41,6 ribu *save*, dan lebih dari 3 ribu akun yang membagikan konten tersebut.

Namun, penelitian mengenai interaksi dan keterlibatan pengguna (*engagement*) terhadap konten kreator seperti Erika Richardo masih minim, terutama dalam konteks konten bertema nasionalisme. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada konten sebagai media promosi produk atau jasa, bukan pada hubungan emosional dan komunikasi dua arah antara kreator dan pengikutnya.

Beberapa studi menyebutkan bahwa TikTok sebagai media promosi efektif melalui *storytelling* (Rozanah & Fauzana, 2022), serta pentingnya strategi konten yang berkualitas dan kredibel untuk membangun *engagement* (Yulianda et al., 2024).

Dalam konteks penelitian ini, nasionalisme dipahami sebagai rasa cinta tanah air dan upaya memperkuat identitas bangsa Indonesia yang plural. Momentum Hari Kemerdekaan menjadi sarana penting untuk mengamati bagaimana nilai-nilai nasionalisme dikomunikasikan melalui media digital, khususnya di *platform* TikTok. Penelitian ini berfokus pada akun @ErikaRichardo, yang secara konsisten memproduksi konten bertema nasionalisme, terutama menjelang perayaan kemerdekaan Republik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis jenis konten bertema nasionalisme yang memperoleh tingkat keterlibatan (*engagement*) tertinggi selama periode 2020 hingga 2024, sekaligus mendeskripsikan bentuk interaksi digital yang terjalin antara akun tersebut dan para pengikutnya. Dengan demikian, kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi penyampaian pesan nasionalisme di era media sosial serta pola keterlibatan audiens dalam perayaan identitas kebangsaan melalui ruang digital.

## Tinjauan Pustaka

Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) dikemukakan oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball Rokeach. Teori ini menjelaskan bahwa ketergantungan terhadap media terjadi karena adanya hubungan antara audiens, media, dan masyarakat. Masyarakat cenderung bergantung pada media yang mampu memenuhi lebih banyak kebutuhannya, seperti informasi, hiburan, dan menjaga relasi sosial (Oetzel et al., 2016). Ketika situasi sosial stabil, ketergantungan media bersifat normal, tetapi saat terjadi krisis, ketergantungan meningkat karena kebutuhan informasi menjadi lebih tinggi.

Selain faktor kebutuhan, ketergantungan media juga dipengaruhi oleh kecemasan sosial dan motivasi individu dalam mencari informasi. Wicaksono & Hardiansyah (2025) menyebutkan bahwa harapan, cita-cita, dan keinginan belajar dapat memperkuat ketergantungan seseorang terhadap media (Wicaksono & Eko Hardiansyah, 2025). Lemmens, Valkenburg, dan Peter mengembangkan skala *Internet Addiction Scale (IAS)* dengan enam dimensi: *salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, and relapse*.

Ketergantungan media memiliki tiga jenis efek utama: Kognitif (perubahan pengetahuan), afektif (perubahan perasaan), dan *behavioral* (perubahan perilaku) (B. P. Sari & Hadijah, 2017). Misalnya, tayangan media tentang bencana bisa menimbulkan empati hingga mendorong aksi nyata seperti berdonasi (Hartwick, 2009). Dalam konteks penelitian ini, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana pengguna TikTok seperti *followers* @ErikaRichardo menunjukkan ketergantungan media, terutama ketika konten menyentuh isu emosional dan nasional seperti kemerdekaan atau aksi sosial.

Media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, serta penciptaan dan pertukaran konten antar pengguna. Van Djik (2013) menyebut media sosial sebagai penguat ikatan sosial, sedangkan Kaplan & Haenlein mendefinisikannya sebagai kelompok aplikasi yang memungkinkan penciptaan *user-generated content* (Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, 2016). Media sosial populer di Indonesia meliputi WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok dan lainnya (Aryani, 2024).

Konten dalam media sosial hadir dalam berbagai bentuk: teks, visual, audio, atau audiovisual. Menurut Kingsnorth, konten berkualitas memiliki tujuh indikator: kredibilitas, keterbagian, relevansi, daya tarik, manfaat, keunikan, dan konsistensi dengan *brand* (Anggraeni & Eko Hartanto, 2023). Kualitas konten berpengaruh langsung pada *engagement rate*, yang mengukur keberhasilan konten dalam menjangkau dan melibatkan audiens.

Faktor yang memengaruhi *engagement rate* meliputi kualitas konten, waktu unggah, *call to action (CTA)*, dan konsistensi (RevoUpedia, 2025). *Engagement* sangat penting bagi kreator konten untuk menilai visibilitas, membangun koneksi emosional dengan audiens, dan meningkatkan kredibilitas (Sulistyono & Jakaria, 2022). Dalam konteks TikTok, *engagement* bukan hanya indikator keberhasilan, tetapi juga alat komunikasi antara kreator dan pengikutnya.

Interaksi sosial menurut Waligito merupakan hubungan timbal balik yang memberi pengaruh antara individu maupun kelompok (Izhar, 2024). Interaksi ini bisa langsung (tatap muka) atau tidak langsung (melalui media). Loomis menyebut tiga ciri utama interaksi: melibatkan lebih dari satu individu, adanya komunikasi melalui simbol, dan tujuan tertentu (Beni M. Sya'ban, 2013).

Media sosial sebagai alat komunikasi tidak langsung telah mengubah pola interaksi masyarakat. Budyatna menyebutkan bahwa media digital seperti ponsel telah menurunkan intensitas interaksi langsung (Aprelia et al., 2023). Namun disisi lain, media sosial juga memberi

peluang baru untuk membangun interaksi bermakna secara daring, seperti interaksi antara kreator konten dan *followers* melalui komentar, *likes*, dan *shares* (Aprelia et al., 2023).

Menurut KBBI, konten adalah informasi dalam bentuk digital yang disampaikan melalui media elektronik. Jenis konten di media sosial sangat beragam, mulai dari edukatif, promosi, hiburan, dinspiratif, hingga yang melibatkan partisipasi audiens (*engaging*) (Dewi et al., 2022). Konten audiovisual seperti video pendek di TikTok memungkinkan komunikasi yang lebih ekspresif dan interaktif.

Pekerjaan membuat konten kini menjadi penting dalam ekosistem media sosial. Mereka berperan dalam menyampaikan nilai, membangun interaksi, dan menciptakan makna. Dalam teori interaksionisme simbolik West & Turner, proses komunikasi dipengaruhi oleh simbol, pikiran, dan masyarakat yang membentuk makna kolektif (dalam Pandaleke et al., 2020). Oleh karena itu, konten kreator seperti @ErikaRichardo menggunakan media sebagai sarana menyampaikan pesan sosial dan nasionalisme secara simbolik.

Nasionalisme berasal dari kata “nasional” dan akhiran “isme” yang berarti paham atau pandangan kebangsaan. Menurut Hertz, nasionalisme mencakup empat unsur: keinginan untuk bersatu, merdeka, orisinalitas, dan kehormatan bangsa. Ernest Renan menekankan pentingnya semangat kolektif yang menyatukan individu dalam satu identitas bangsa (dalam Arsika, 2024).

Ekspresi nasionalisme dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, termasuk seni. Greetz menyebut bahwa nasionalisme tercermin dalam sikap patriotisme yang muncul melalui penghargaan terhadap budaya, sejarah, dan komitmen terhadap kesejahteraan bangsa (dalam Tambusai et al., n.d.). Pasca-kemerdekaan, banyak seniman Indonesia menciptakan karya seni rupa yang mencerminkan semangat nasionalisme (Kuniawan, 2019).

Dalam konteks ini, konten seni lukis bertema kemerdekaan yang dibuat oleh Erika Richardo menjadi salah satu bentuk ekspresi nasionalisme yang disesuaikan dengan media sosial masa kini. Dengan demikian, penelitian ini mencoba memetakan bagaimana nasionalisme dikomunikasikan, diterima, menghasilkan interaksi di media digital, dan bentuk aksi kekinian dari para penerus bangsa dalam mengekspresikan rasa cintanya terhadap negaranya.

Penelitian ini menggunakan *Media Dependency Theory* (Teori Ketergantungan Media) sebagai landasan utama untuk memahami hubungan antara pengguna media (audiens), media (TikTok), dan lingkungan sosial (masyarakat digital). Teori ini menyatakan bahwa ketergantungan pengguna terhadap media akan meningkat seiring dengan pentingnya peran media tersebut dalam memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan koneksi sosial. Dalam konteks ini, media tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk persepsi sosial, budaya, dan identitas.

Fokus kajian diarahkan pada akun TikTok @ErikaRichardo yang secara konsisten memproduksi konten bertema nasionalisme dari tahun 2020 hingga 2024. Akun ini menampilkan seni lukis yang menggambarkan keindahan alam, keragaman budaya, serta semangat kebangsaan Indonesia. Salah satu konten viralnya adalah video penggalangan dana untuk membangun sekolah di Nusa Tenggara Timur yang memperoleh *engagement* tinggi dari masyarakat. Konten tersebut menjadi representasi dari bentuk komunikasi visual yang tidak hanya menghibur tetapi juga menyampaikan pesan sosial dan nasionalisme secara kuat.

Dari konten-konten tersebut, penelitian ini menganalisis dua aspek utama. Pertama, jenis konten bertema nasionalisme yang mendapatkan tingkat keterlibatan (*engagement*) tertinggi. Kedua, bentuk interaksi digital yang terjalin antara pemilik akun dan pengikutnya melalui fitur

TikTok seperti komentar, *like*, *share* dan *save*. Analisis ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang mengamati pola komunikasi dan partisipasi *followers* dalam merespons konten.

Hasil analisis ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap media sosial, khususnya TikTok, tidak semata – mata bersifat konsumtif, tetapi juga partisipatif dan edukatif. Pengguna media menunjukkan ketertarikan dan keterlibatan tinggi terhadap konten yang merepresentasikan nilai-nilai nasionalisme. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang baru bagi ekspresi identitas bangsa dan interaksi bermakna antara kreator konten dengan audiensnya.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan dominasi kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena interaksi dan keterlibatan (*engagement*) audiens terhadap konten bertema nasionalisme pada akun TikTok @ErikaRichardo. Model yang digunakan adalah *sequential explanatory design*, di mana pengumpulan dan analisis data dilakukan secara bertahap, dimulai dari data kuantitatif sederhana untuk mengarahkan fokus observasi kualitatif. Pada tahap “konvergen”, temuan dari kedua jenis data ini dipadukan untuk menghasilkan interpretasi yang utuh.

Pendekatan kualitatif relevan karena sesuai dengan karakteristik penelitian yang berupaya mengungkap makna, persepsi, dan interpretasi audiens terhadap pesan kreator. Hal ini sejalan dengan *Media Dependency Theory* yang menekankan bahwa tingkat ketergantungan audiens pada media akan memengaruhi persepsi, sikap dan perilaku mereka, khususnya dalam isu sosial seperti nasionalisme.

Unsur kuantitatif sederhana, seperti perhitungan *engagement rate* dan jumlah interaksi, digunakan untuk memberikan gambaran terukur yang dapat memperkuat dan memvalidasi temuan kualitatif. Dengan demikian, kombinasi kedua pendekatan ini menghasilkan pemahaman yang mendalam sekaligus dasar empiris yang kuat.

### 1. Teknik Pengumpulan Data

#### 1.1. Teknik pengumpulan data Kuantitatif

Tahap kuantitatif dalam penelitian ini berfungsi sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi konten yang memiliki tingkat *engagement* tinggi pada akun TikTok @ErikaRichardo. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu memberikan gambaran terukur tentang aktivitas audiens melalui indikator numerik yang dapat diobservasi secara objektif. (dalam Muslimin, 2021). Data kuantitatif yang dikumpulkan meliputi, jumlah *views* (tayangan), jumlah *likes* (suka), jumlah *comments* (komentar), jumlah *shares* (bagikan)

Penggunaan data ini hanya bersifat deskriptif sederhana dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis atau analisis statistik inferensial. Data numerik tersebut berperan sebagai indikator awal untuk menyeleksi konten yang akan dianalisis lebih dalam pada tahap kualitatif.

Langkah ini sesuai dengan prinsip *sequential explanatory design* di mana hasil pengumpulan data kuantitatif digunakan untuk mengarahkan fokus penelitian kualitatif berikutnya(dalam Cresswell, 2015). Dengan cara ini, penelitian dapat memanfaatkan kekuatan data terukur untuk meningkatkan fokus observasi dan keakuratan analisis kualitatif.

Pendekatan kuantitatif pada tahap ini juga selaras dengan *Media Dependency Theory*, karena angka-angka keterlubutan audiens dapat mencerminkan tingkat ketergantungan mereka pada media tertentu, yang kemudian akan diinterpretasikan secara mendalam pada tahap kualitatif.

## 1.2. Teknik pengumpulan data Kualitatif

Tahap kualitatif dilakukan setelah tahap kuantitatif memberikan daftar konten dengan tingkat *engagement* tinggi pada akun TikTok @ErikaRichardo. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna, pola interaksi, dan interpretasi audiens secara mendalam terhadap konten bertema nasionalisme.

Menurut Basrowi dan suwandi, penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara kontekstual berdasarkan perspektif partisipan dan dilakukan dalam kondisi natural (dalam Basrowi, 2008). Dalam konteks penelitian ini, tahap kualitatif dilaksanakan melalui:

- a. Observasi konten: mengamati elemen visual, teks, narasi, dan simbol nasionalisme yang muncul pada konten terpilih.
- b. Analisis komentar: menelaah komentar-komentar audiens untuk menemukan pola interaksi, persepsi, dan bentuk keterlibatan yang mengindikasikan respons terhadap pesan nasionalisme.
- c. Dokumentasi dan literatur pendukung: memanfaatkan artikel, berita, dan sumber akademik untuk memvalidasi interpretasi dan memperkaya analisis.

Tahap ini berfokus pada proses interpretasi makna yang dibangun oleh audiens dalam interaksinya dengan konten, sehingga sejalan dengan Media Dependency Theory yang memandang audiens tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang membentuk makna melalui keterlibatan dengan media.

Data yang diperoleh pada tahap ini disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, dokumentasi *visual* (tangkapan layar), dan kutipan komentar representatif.

Teknik analisis mengacu pada model Miles dan Huberman (1994), yang meliputi:

- Reduksi data: menyaring dan mengorganisasi data sesuai fokus penelitian.
- Penyajian data: menampilkan temuan dalam bentuk narasi dan visual.
- Penarikan kesimpulan dan verifikasi: merumuskan temuan utama dan memverifikasi melalui triangulasi (konten, komentar, dan dokumentasi). (Firman & Nardi, 2019)

Hasil tahap kualitatif kemudian dikombinasikan dengan temuan kuantitatif pada tahap konvergensi untuk membentuk interpretasi penelitian yang menyeluruh.

## 1.3.Teknik Analisa Data melalui Konvergensi atau Integrasi Data

Tahap konvergensi merupakan inti dari desain penelitian *sequential explanatory design*, yaitu tahap di mana temuan kuantitatif dan kualitatif dipadukan untuk menghasilkan interpretasi yang utuh(dalam Cresswell, 2015). Integrasi ini dilakukan setelah kedua tahap sebelumnya selesai dianalisis secara terpisah.

Proses konvergensi dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Menyandingkan data kuantitatif dan kualitatif
  - Data kuantitatif berupa indikator *engagement* seperti jumlah *views*, *likes*, *comments*, dan *shares* digunakan untuk memberikan konteks dan bobot pada temuan kualitatif.
  - Data kualitatif berupa interpretasi makna dan pola interaksi dianalisis untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana *engagement* tersebut terjadi.
- b. Mengidentifikasi kesesuaian dan perbedaan temuan
  - Mencari titik temu di mana data kuantitatif mendukung temuan kualitatif.

- Mengidentifikasi temuan yang berbeda atau tidak sejalan, kemudian menafsirkan penyebab perbedaan tersebut.
- c. Merumuskan interpretasi komprehensif
- Menggabungkan kedua jenis data menjadi narasi yang menyeluruh, yang tidak hanya memaparkan angka, tetapi juga menjelaskan makna sosial dan komunikasi di balik keterlibatan audiens.
  - Menghubungkan interpretasi ini dengan kerangka *Media Dependency Theory* untuk melihat bagaimana ketergantungan audiens pada media (TikTok) memengaruhi pemahaman dan sikap mereka terhadap nasionalisme.

Tahap konvergensi ini memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki kedalaman analisis yang kuat karena memadukan kekuatan data kuantitatif (objektivitas angka) dan kualitatif (kekayaan makna).

## Hasil Penelitian

Terjadinya komunikasi di media sosial dapat diamati melalui tingkat *engagement* yang dimiliki oleh suatu akun pada *platform* tersebut. *Engagement rate* merupakan indikator untuk melihat tinggi rendahnya interaksi yang terbangun antara kreator dan audiens. Faktor-faktor seperti jumlah *views*, *likes*, *comments*, *shares*, dan *saves* berkontribusi terhadap besarnya *engagement rate* suatu konten (Hetmar, 2022).

Akun TikTok @ErikaRichard mendapatkan perhatian luar biasa dari masyarakat Indonesia, khususnya pengguna media sosial TikTok. Berdasarkan data per tanggal 31 Mei 2025, akun tersebut telah memiliki 16,7 juta *followers* dan 913,4 juta total *likes*. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian pada konsistensi Erika Richard dalam membuat konten perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Sejak tahun 2020, Erika secara rutin membuat konten khusus dalam rangka memperingati HUT RI di akun TikTok miliknya.

Data kuantitatif utama diperoleh melalui observasi dan pencatatan manual oleh peneliti, yakni dengan mengamati satu per satu konten perayaan Kemerdekaan RI yang diunggah Erika Richard pada periode 2020-2024. Pemilihan video yang dianalisis dilakukan berdasarkan indikator keterlibatan (*engagement*) yang tampak tinggi secara kasat mata, meliputi *views*, *likes*, *comments*, dan *shares*. Data ini menjadi dasar awal untuk memilih sampel konten yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

## 1. POLA dan PERFORMA KONTEN BERTEMA NASIONALISME DI TIKTOK PADA AKUN @ErikaRichardo

Bagian ini menyajikan rekapitulasi data performa konten bertema nasionalisme yang diunggah oleh akun TikTok @ErikaRichardo selama periode 2020 hingga 2024. Data mencakup jumlah tayangan (*views*), tanda suka (*likes*), komentar (*comments*), simpanan (*saves*), dan bagikan (*shares*) untuk setiap konten. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola unggahan, momentum yang memengaruhi interaksi audiens, serta konten dengan capaian *engagement* tertinggi maupun terendah. Temuan ini menjadi dasar untuk memahami bagaimana konsistensi tema nasionalisme, pemilihan media lukis yang unik, serta momen publik tertentu-khususnya menjelang Hari Kemerdekaan Republik Indonesia-dapat berkontribusi pada peningkatan keterlibatan audiens di *platform* TikTok. Berikut hasil penelusuran penulis mengenai konten-konten yang telah dibuat oleh Erika Richardo yang bertemakan nasionalisme mulai dari tahun 2020 sampai dengan 2024 yang dimuat dalam tabel 1.

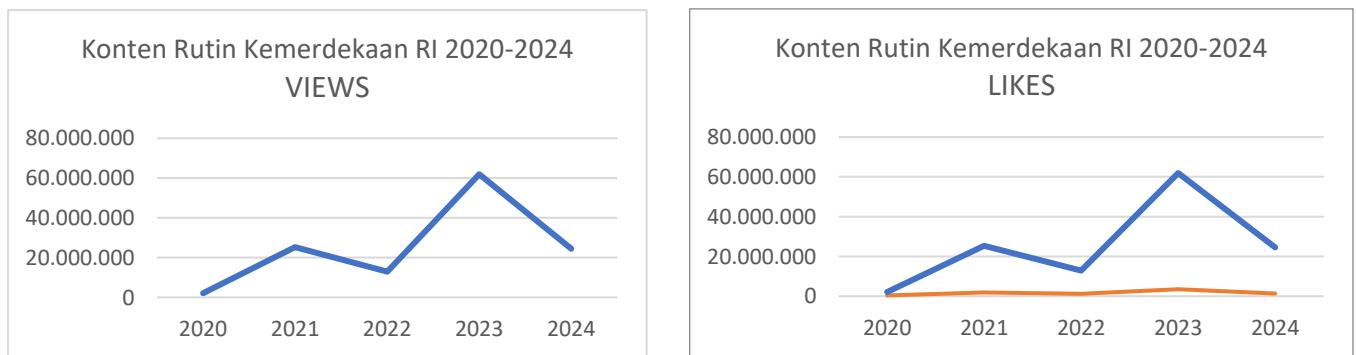
No	Tanggal	Nama Konten	Keterangan	Views	Likes	Comments	Save	Share
<b>Tabel 1. DATA JURNAL "ANALISIS KONTEN &amp; INTERAKSI TIKTOKERS DENGAN FOLLOWERSNYA</b>								
<b>2020</b>	12/08/20	Lukisan Garuda	2,1 M	384,2K	2021	3741	702	
	13/08/20	Lukisan Garuda part 2		107,3K	500	897	226	
<b>2021</b>	31/07/21	Lukisan peta Indonesia - pecahin rekor kanvas terbesar	1M	172,3K	1350	1134	1223	
	12/08/21	Lukisan laut Indonesia terbesar	2,3M	383,4K	2299	3041	3685	
	14/08/21	Lukisan terbesar Indonesia	1,3M	166,5K	757	752	433	
	17/08/21	Lukisan terbesar Indonesia (kurang lebih 3 bulan mangkir - penjelasan)	1,2M	219,5K	1369	1292	3178	
	<b>17/08/21</b>	<b>Lukisan terbesar untuk Indonesia - dengan lagu</b>	4,7M	871,3K	4221	3987	<b>12,7K</b>	
	03/09/21	Lukisan di mobil sport porche	10,9M	1,1M	9107	11,1K	3764	
	<b>02/09/21</b>	<b>Lukisan di mobil sport Porsche tema Indonesia</b>	25,3M	<b>1,9M</b>	<b>8172</b>	<b>19,7K</b>	<b>3982</b>	
	05/09/21	Lukisan Bendera Merah Putih di mobil sport	9,5M	942,1K	5242	5787	1282	
<b>2022</b>	16/07/22	Lukis dibuku terbesar - KBBI (Karya Buku Besar Indonesia)	8M	901,7K	<b>43K</b>	21,1K	2550	
	21/07/22	KBBI - Pulau Sumatera (cover depan)	1,9M	232,9K	15,1K	4173	682	
	22/07/22	KBBI - Jatim	1,7M	196K	5376	2660	715	
	22/07/22	KBBI - Jateng	2,8M	279,8K	33,6K	5568	1200	
	28/07/22	KBBI - Jabar	3,2M	257,2K	3231	4836	195	
	<b>29/07/22</b>	<b>KBBI - Jabar</b>	4,5M	426,8K	<b>47,2K</b>	8483	1688	
	30/07/22	KBBI - DKI Jakarta	2M	207,7K	19K	3697	588	
	30/07/22	KBBI - Jatim	1,2M	84,2K	10K	1831	423	
	01/08/22	KBBI - Banten	1,3M	124,5K	22,5K	2498	763	
	03/08/22	KBBI - Jogja	<b>662,8K</b>	69,4K	5687	1586	400	

	<b>05/08/22</b>	<b>KBBI - Lampung</b>	<b>12,9M</b>	<b>1,2M</b>	<b>163,4K</b>	<b>48,2K</b>	<b>7404</b>
	08/08/22	KBBI - Palembang	4,6M	422,3K	<b>45K</b>	15,4K	2343
	09/08/22	KBBI - Bengkulu	1,8M	169,2K	23,1K	5339	1132
		KBBI - Jambi	2,1M	183,5K	25,8K	5347	1265
	11/08/22	KBBI - Riau	1,2M	122,3K	14,3K	3632	744
	15/08/22	KBBI - Sumatera barat	<b>936,8K</b>	97,4K	9370	2680	362
	16/08/22	KBBI - Sumatera Utara	1,9M	183,3K	9465	4974	552
	16/08/22	KBBI - Aceh	1,3M	141K	7503	3642	1390
	18/08/22	KBBI - Babel	<b>497K</b>	52,9K	5414	1921	374
	20/10/22	KBBI - Bali	1,5M	167,4K	9303	5195	365
	16/12/22	KBBI - Papua	<b>656,1K</b>	67K	380	1715	156
<b>2023</b>	15/03/23	Lukis di pulau komodo	<b>934,2K</b>	93,2K	360	3947	176
	23/06/23	Lempar kuas	1,2M	122K	14,4K	4311	334
	02/07/23	Kepulauan jawa	<b>314K</b>	23,7K	554	735	46
	01/08/23	Lukisan tertinggi untuk Agustus	17,9M	820,9K	6798	32,4K	1586
	01/08/23	Kemerdekaan RI (PILAR)	1,7M	181,9K	1126	7238	421
	05/08/23	Lukisan pilar (sisi 1)	1,7M	157,6K	3971	4221	462
	06/08/23	Lukisan pilar	2,6M	189K	810	3430	385
	08/08/23	Lukisan pilar (sisi 2)	2,3M	185,5K	6067	3991	334
	08/08/23	Penyelesaian lukisan (sisi ke 2)	1M	85,2K	714	1530	188
	15/08/23	Lukisan pilar (sisi ke 3)	3,2M	255,5K	1982	6297	530
	15/08/23	Lukisan pilar (sisi ke 4)	1,7M	163,9K	1907	3539	275
	<b>16/08/23</b>	<b>Lukis di mobil Prestige</b>	<b>61,9M</b>	<b>3,5M</b>	<b>4217</b>	<b>130,8K</b>	<b>9965</b>
	19/08/23	Lukisan pilar (sisi ke 5)	2,4M	211,4K	1130	5700	418
	21/08/23	Lukisan di pilar (sisi ke 6)	1,5M	108,7K	883	2815	225
	21/08/23	Lukisan pilar (sisi ke 7)	5,9M	443,8K	3243	17,6K	1365
	21/08/23	Lukisan pilar (penjelasan sisi ke 7 - Presiden Indonesia)	5,9M	443,8K	3242	17,6K	1365
	28/08/23	Lukisan pilar (sisi ke 8 - lukisan 6 agama)	6,8M	719,3K	6332	39,7K	3448
<b>2024</b>	01/08/24	Lukisan terbesar di kuali	4,5M	338,4K	2001	6637	424
	<b>01/08/24</b>	<b>Lukisan di kuali (per item di jelaskan)</b>	<b>16,5M</b>	<b>1,1M</b>	<b>11,4K</b>	<b>31,7K</b>	<b>2647</b>
	03/08/24	Lukisan di kuali ditambah Bendera Merah Putih	5,1M	307,9K	2672	6505	494

	09/08/24	Lukisan di kuali ditambahkan motif batik	5,1M	211,6K	1555	4698	343
	11/08/24	Lukisan di kuali (sisi baliknya panci)	1,3M	61,3K	933	1685	181
	<b>13/08/24</b>	<b>Sesi lukis di mobil (pilih mobil)</b>	<b>11,8M</b>	<b>694,9K</b>	<b>1946</b>	<b>25,1K</b>	<b>2783</b>
	14/08/24	Lukis di mobil (lanjutan dari video milih mobil)	13,4M	1,3M	3680	39,8K	8391
	14/08/24	Lukis di mobil (Rolls Royce - lukis warna pink)	6,5M	365,9k	3332	10,6K	2582
	<b>15/08/24</b>	<b>Lukis di mobil (Rolls Royce - HUT RI 79th , motif mata uang Indonesia, logo angka 79th lalu ditambahkan motif batik)</b>	<b>24,5M</b>	<b>1,4M</b>	<b>3769</b>	<b>41,6K</b>	<b>5345</b>
	<b>16/08/24</b>	<b>Lukis di mobil Rolls Royce hari pertama</b>	<b>13M</b>	<b>580,7K</b>	<b>2068</b>	<b>16K</b>	<b>3775</b>
	17/08/24	Lukis di mobil Rolls Royce hari kedua	7,1M	445,8K	1446	10,7K	1544
	18/08/24	Lukis di mobil Rolls Royce (konten lagu dijalan)	3M	269,8K	796	6240	1231
	20/08/24	Lukis dimobil Rolls Royce (penjelasan by VO)	3,2M	246,3K	850	5395	865
	20/08/24	Lukis dimobil Rolls Royce (SELESAI)	2,6M	342,1K	1326	6426	1592

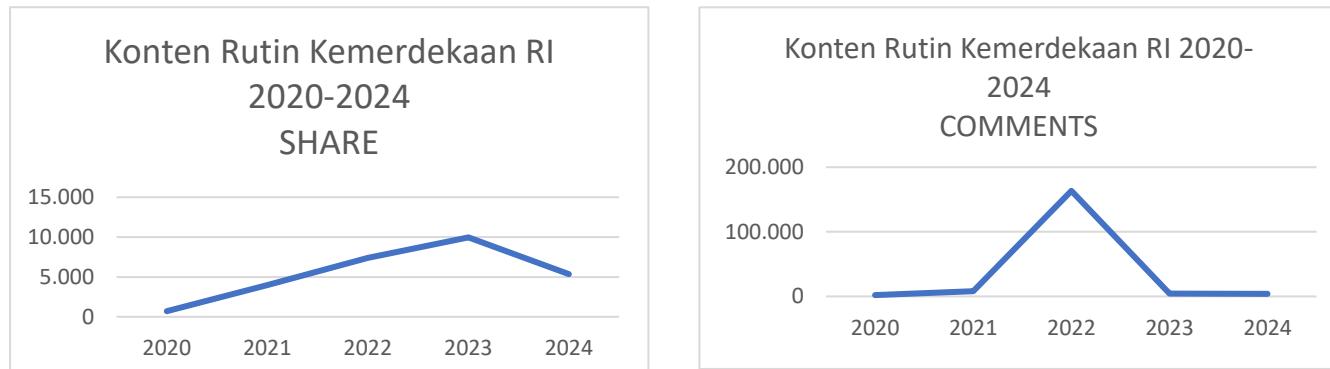
Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Dengan data manual diatas (tabel 1), bila diurutkan sesuai dengan frekuensi views, likes, comments, save dan sharenya maka akan diperoleh grafik seperti dibawah



**Gambar 1 dan 2. Grafik Views dan Likes Konten Rutin Kemerdekaan RI Tahun 2020 hingga 2024**  
 Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Termuat dalam gambar 1 (grafik *views*) dan gambar 2 (grafik *likes*). Grafik tersebut merupakan grafik *views* dan *likes* konten rutin kemerdekaan RI dari tahun 2020 hingga 2024, diambil dari data yang ditulis oleh penulis pada tabel 1.



**Gambar 3 dan 4. Grafik Share dan Comments Konten Rutin Kemerdekaan RI Tahun 2020 hingga 2024**

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Termuat dalam gambar 3 (grafik *share*) dan gambar 2 (grafik *comments*). Grafik tersebut merupakan grafik *share* dan *comments* konten rutin kemerdekaan RI dari tahun 2020 hingga 2024, diambil dari data yang ditulis oleh penulis pada tabel 1.



**Gambar 5. Grafik Save Konten Rutin Kemerdekaan RI Tahun 2020 hingga 2024**

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Termuat dalam gambar 5 (grafik *save*). Grafik tersebut merupakan grafik *save* konten rutin kemerdekaan RI dari tahun 2020 hingga 2024, diambil dari data yang ditulis oleh penulis pada tabel 1.

Berdasarkan data yang telah dihimpun dari tahun 2020 hingga 2024, akun TikTok @ErikaRichardo secara konsisten merilis konten bertema nasionalisme, khususnya menjelang dan pada bulan Agustus, dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Pola konten tersebut meliputi lukisan bertema Garuda, peta Indonesia, karya-karya seni di atas objek unik seperti mobil *sport*, buku raksasa (KBBI), pilar-pilar simbolik, dan alat masak (kuali besar).

Secara umum, mayoritas konten bertema nasionalisme milik Erika Richardo mendapatkan *engagement* tinggi, yang ditandai oleh jumlah *views*, *likes*, *comments*, *shares* dan *saves* yang signifikan. Tiga konten dengan performa tertinggi adalah:

- Lukis di mobil *sport* Porsche (2 Agustus 2021) yang meraih 25,3 juta *views*, 1,9 juta *likes*, 19,7 ribu *saves*
- Lukis di mobil Prestige (16 Agustus 2023) yang meraih 61,9 juta *views*, 3,5 juta *likes*, dan 130,8 ribu *saves*.
- Lukis di mobil Rolls Royce – HUT RI 79th (15 Agustus 2024) yang memperoleh 24,5 juta *views*, 1,4 juta *likes*, dan 41,6 ribu *saves*.

Meskipun demikian, terdapat beberapa konten dengan angka *view* yang relatif lebih rendah dibanding lainnya, seperti konten “KBBI-Jogja” (662,8 ribu *views*) dan “KBBI-Papua” (656,1 ribu *views*), menunjukkan bahwa faktor visual dan momentum unggahan kemungkinan turut memengaruhi *engagement* publik.

Analisis kualitatif menunjukkan bahwa frekuensi capaian tertinggi untuk *views*, *likes*, *saves* dan *shares* terjadi pada tahun 2023, sementara jumlah komentar terbanyak muncul pada tahun 2022. Hal ini menguatkan dugaan bahwa momentum peringatan Hari Kemerdekaan, dikombinasikan dengan konsistensi produksi konten, dapat meningkatkan interaksi audiens secara signifikan.

Tingginya interaksi pada konten bertema nasionalisme dapat dijelaskan melalui mekanisme algoritma TikTok, yang cenderung mempromosikan konten dengan tingkat partisipasi aktif yang tinggi. Strategi komunikasi *digital* yang digunakan juga memainkan peran penting, di mana konten yang relevan secara emosional dan sesuai dengan tren memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau audiens luas.

## 2. DINAMIKA ENGAGEMENT DUA ARAH: STUDI KASUS PADA KONTEN BERTEMA NASIONALISME #CEOLukisdi @ErikaRichardo

Pada bagian metodologi kualitatif, peneliti mengambil data konten dengan frekuensi tayang terbanyak selama periode 2021 hingga 2024. Salah satu konten utama yang dianalisis berasal dari tahun 2021, ketika Erika Richardo membuat rangkaian video bertema #CEOLukisdi. Hashtag ini digunakan sebagai strategi partisipatif untuk mengundang ide dari netizen terkait media lukis yang dapat dijadikan objek karya. Erika menunjukkan respon aktif dan positif terhadap masukan dari *followers*, yang kemudian diwujudkan dalam bentuk konten video berdasarkan usulan tersebut. Interaksi ini menjadi salah satu bentuk keterlibatan dua arah (*two-way communication*) antara kreator dan audiens di *platform* TikTok.

Tabel 2. Tangkapan Layar Interaksi Antara Konten Kreator dengan *Followersnya*

<p><b>“Lukisan di Mobil Bikin Netizen Heboh”</b></p>  <p>(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjGAJBD/">https://vt.tiktok.com/ZSBjGAJBD/</a> TikTok Akun @ErikaRichardo)</p>	<p>Hasil tangkapan layar disamping (tabel 2) adalah bukti tanggapan video yang diberikan oleh Erika untuk netizen atau followersnya yang telah memberikan idea tau saran media lukis, contohnya tanggapan video untuk @zalzabilla_safitri's. Pada caption video tersebut, Erika memberikan emoji “” yang artinya mengekspresikan rasa terkejut dengan mata terbuka lebar. Kemudian disambut dengan kata-kata semangat dan disertai dengan bukti nyata terealisasinya ide dari @zalzabilla_safitri's.</p>
--	---

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 2 terdapat 1 gambar (gambar 6) yang merupakan tangkapan layar bukti interaksi antara konten kreator dengan followersnya

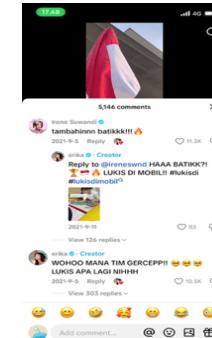
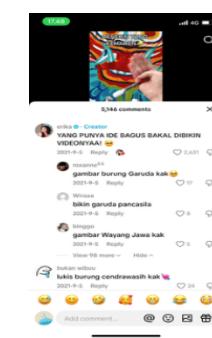
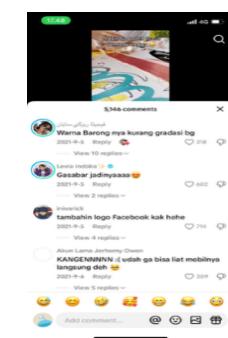
Pada lukisan mobil pertamanya, Erika Ricardo merealisasikan ide-ide dari netizen yang disampaikan melalui kolom komentar TikTok. Dalam karya tersebut, ia memasukkan elemen visual seperti Bendera Merah Putih, Barong, Wayang, dan motif Batik-semua merupakan usulan langsung dari para pengikutnya yang berpartisipasi kreatif dalam proses produksi konten.

Partisipasi aktif audiens semacam ini mencerminkan intensitas *engagement* dalam ranah digital. Brodie mendefinisikan *consumer brand engagement* sebagai kondisi motivasional yang muncul dari interaksi interaktif yang *co-kreatif* antara audiens (pengikut) dan objek (kreator konten), terbagi ke dalam dimensi kognitif, afektif, dan *behavior* (kognitif, emosional, dan perilaku) (Hollebeek et al., 2014). Interaksi lewat komentar yang menghasilkan ide-ide lalu diwujudkan menjadi konten menunjukkan bahwa audiens tidak hanya mengonsumsi, melainkan juga berkontribusi secara aktif-menurut model COBRA, ini masuk pada level kontribusi hingga penciptaan konten (Trunfio & Rossi, 2021).

Secara teoritis, fenomena ini juga sejalan dengan *Media Dependency Theory*, yang menyatakan bahwa semakin media mampu memenuhi tujuan dan kebutuhan social audiens, semakin tinggi ketergantungan mereka terhadap media tersebut (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Ketika akun TikTok @ErikaRichardo menjadi *medium* kreatif untuk mengekspresikan kebangsaan dan budaya, *followers* menunjukkan ketergantungan mereka aktif memberikan masukan dan mengikuti alur interaksi yang terbentuk (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Berikut ini adalah tangkapan layar komentar netizen yang mengusulkan ide lukisan-sebagian di antaranya kemudian diwujudkan oleh kreator dalam bentuk karya visual. Interaksi seperti ini memperkuat rasa kepemilikan audiens terhadap konten dan membentuk hubungan emosional yang bermakna antara kreator dan pengikutnya.

Tabel 3. Tangkapan Layar Mengenai Realisasi Ide dari Audiens Untuk Konten Kreator

<p><b>“Interaksi Audiens pada Konten Nasionalisme #CEO Lukisdi di TikTok”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/">https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/</a>)</p> <p>Gambar 7, ini menunjukkan tanggapan audiens terhadap konten lukisan bertema budaya Indonesia di akun @ErikaRichardo. Salah satu komentar memberikan ide detail mengenai objek lukisan bernuansa budaya local, yang kemudian mendapat respons dari kreator dengan nada humor. Interaksi ini mencerminkan komunikasi dua arah yang memperkuat engagement dan memberi ruang partisipasi aktif bagi audiens.</p>	<p><b>“Realisasi Ide Audiens: Melukis Bendera Merah Putih di Mobil Sport”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSByGwnVK/">https://vt.tiktok.com/ZSByGwnVK/</a>)</p> <p>Gambar 8, ini menampilkan momen kreator @ErikaRichardo merealisasikan permintaan audiens untuk melukis bendera merah putih di mobil sport miliknya. Aksi ini memperlihatkan bentuk respons langsung kreator terhadap komentar netizen, yang tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional tetapi juga memperkuat engagement melalui partisipasi ide.</p>	<p><b>“Interaksi Ide Lanjutan: Usulan Motif Batik pada Lukisan Mobil”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/">https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/</a>)</p> <p>Gambar 9, ini menampilkan interaksi antara audiens dan kreator @ErikaRichardo, di mana seorang pengguna mengusulkan penambahan motif batik pada karya lukisan bendera merah putih di mobil tersebut. Respons antusias kreator memperlihatkan adanya komunikasi dua arah yang aktif, mendorong kreativitas kolaboratif dan meningkatkan engagement melalui ide lanjutan dari penonton.</p>
<p><b>“Partisipasi Audiens dalam Memberi Ide Konten Nasionalisme”</b></p> 	<p><b>“Umpam Balik Audiens terhadap Proses Kreatif Lukisan”</b></p> 	<p><b>“Usulan Tema Nasional dalam Konten Melukis di TikTok”</b></p> 

(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/">https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/</a> )	(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/">https://vt.tiktok.com/ZSByt2ADG/</a> )	(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBytmqXJ/">https://vt.tiktok.com/ZSBytmqXJ/</a> )
Gambar 10, ini menunjukkan kreator @ErikaRichardo mengajak audiens memberi ide lukisan bertema nasionalisme, seperti burung Garuda, Garuda Pancasila, wayang Jawa, dan burung Cendrawasih. Interaksi ini memperlihatkan keterlibatan aktif pengikut dalam proses kreatif, yang dapat memperkuat rasa kepemilikan audiens terhadap konten dan meningkatkan engagement.	Gambar 11, ini memperlihatkan komentar audiens yang memberikan masukan, puji, dan candaan terkait karya lukis yang dibuat kreator @ErikaRichardo. Respons ini menunjukkan adanya interaksi dua arah, di mana pengikut tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga berperan dalam memberi saran estetika maupun humor, yang memperkuat kedekatan kreator-audiens.	Gambar 12, ini menampilkan interaksi audiens yang memberi ide kreatif seperti menggambar wayang atau batik, yang mempresentasikan budaya Indonesia. Hal ini mencerminkan bahwa konten kreator memicu partisipasi aktif pengikut dalam mempertahankan nilai nasionalisme melalui seni digital di media sosial.

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 3 terdapat 6 gambar (gambar 7 sampai dengan 12) yang merupakan tangkapan layar bukti dari adanya realisasi ide yang berasal dari followers.

VT pertama tentang melukis di mobil mendapatkan tanggapan yang positif dari para netizen. Contohnya sebagai berikut:

**Tabel 3. Tangkapan Layar Antusiasme Para Followers di Kolom Komentar Konten TikTok @ErikaRichardo**

<p><b>“Antusiasme dan Usulan Budaya Lokal pada Konten Melukis di Mobil”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/">https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/</a>)          Gambar 13</p> <p>Komentar penonton menunjukkan rasa penasaran tinggi terhadap hasil karya kreator, sekaligus memberikan saran untuk mengangkat tema kebudayaan Indonesia seperti batik, tari saman, dan rumah gadang. Hal ini menggambarkan</p>	<p><b>“Ekspektasi Tinggi dan Dorongan Tema Budaya pada Konten Kreator”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/">https://vt.tiktok.com/ZSBysW3GE/</a>)          Gambar 14</p> <p>Komentar netizen memperlihatkan antusiasme untuk kelanjutan konten serta memberikan ide agar melibatkan unsur budaya Indonesia seperti Reog Ponorogo, tari saman, dan Monas. Hal ini menunjukkan interaksi aktif audiens</p>	<p><b>“Viralitas Konten dan Dukungan Audiens untuk Kreator”</b></p>  <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBfJyopd/">https://vt.tiktok.com/ZSBfJyopd/</a>)          Gambar 15</p> <p>Komentar menunjukkan bahwa konten ini berhasil memicu viralitas dan mendapatkan dukungan positif dari audiens. Interaksi ini mencerminkan keterlibatan emosional pengikut serta dorongan untuk melanjutkan proyek yang</p>
--	---	--

keterlibatan audiens dalam mendorong pelestarian nilai nasionalisme melalui ide-ide kreatif di platform TikTok.	dalam membentuk arah konten yang sarat nilai nasionalisme.	sedang dikerjakan, memperkuat ikatan kreator-audiens.
---	--	---

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 3 terdapat 3 gambar (gambar ke 13 sampai dengan gambar ke 15) yang merupakan tangkapan layar bukti antusiasme dari para followers tertuang pada kolom komentar akun TikTok @ErikaRichardo.

Pada tahun 2023, Erika Ricardo Kembali memproduksi konten melukis di mobil, kali ini menggunakan mobil Tesla Prestige sebagai media Lukis. Lukisan yang dihasilkan mengangkat tema flora dan kebudayaan Indonesia, yang merepresentasikan semangat nasionalisme dalam balutan karya seni visual.

Konten ini berhasil menarik perhatian signifikan dari para netizen dan followers akun TikTok @ErikaRichardo. Mereka menunjukkan *respons* positif melalui komentar-komentar yang antusias, memperlihatkan apresiasi terhadap perpaduan nilai kebangsaan dan kreativitas artistik. Berikut ini ditampilkan tangkapan layar hasil lukisan dan interaksi dari para netizen yang turut merespons secara aktif konten tersebut.

**Tabel 4. Tangkapan Layar Kolom Komentar Mengenai *Followers* yang Mengekspresikan Kekagumannya**

“Karya Seni Nasionalisme pada Media Otomotif”	“Komentar Warganet di Media Sosial”	“Netizen Kagum dan Penasaran dengan Lukisan Erika”
 <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjGroky/">https://vt.tiktok.com/ZSBjGroky/</a>)</p> <p>Gambar 16, menampilkan Erika Ricardo dengan mobil yang telah dilukis penuh warna, merepresentasikan kreativitas dan kebanggaan nasional. Visual ini menjadi bentuk ekspresi seni modern yang memadukan unsur budaya dengan media popular, menarik perhatian luas di TikTok.</p>	 <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBPwnbur/">https://vt.tiktok.com/ZSBPwnbur/</a>)</p> <p>Gambar 17, tersebut menampilkan layar ponsel yang menunjukkan beberapa komentar warganet pada sebuah unggahan video. Komentar-komentar ini beragam, mulai dari puji-pujian, pertanyaan tentang kapan akan Kembali mengunggah konten, hingga pertanyaan personal mengenai keberadaan subjek video.</p>	 <p>(Sumber:  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBPwnbur/">https://vt.tiktok.com/ZSBPwnbur/</a>)</p> <p>Gambar 18,</p> <p>Kolom komentar dipenuhi puji-pujian sekaligus rasa penasaran netizen terhadap proses dan hasil lukisan Erika. Banyak yang berharap bisa melihat langsung atau mempelajari teknik melukisnya.</p>
“Apresiasi Netizen pada Lukisan Rafflesia”	“Dukungan Netizen untuk Erika dan Karyanya”	“Antusiasme Netizen pada Lukisan Erika di Mobil”



(Sumber:  
<https://vt.tiktok.com/ZSBjscnN1/>)  
Gambar 19

Kolom komentar ini menunjukkan apresiasi netizen terhadap lukisan bunga Rafflesia yang dianggap keren dan membanggakan sebagai bunga khas Indonesia. Responnya memadukan rasa bangga budaya dengan candaan khas media sosial.

(Sumber:  
<https://vt.tiktok.com/ZSBjGroky/>)  
Gambar 20

Komentar netizen dipenuhi dukungan dan semangat untuk Erika, yang sedang mengerjakan lukisan bernilai tinggi. Responnya menonjolkan keagamanan sekaligus keakraban khas interaksi di media sosial.

(Sumber:  
<https://vt.tiktok.com/ZSBjGroky/>)  
Gambar 21

Komentar netizen menunjukkan keagamanan dan antusiasme terhadap karya seni Erika yang melukis di mobil, dengan banyak pujian dan saran kreatif untuk versi berikutnya. Respon positif ini menegaskan daya tarik visual dan orisinalitas karyanya.

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 4 terdapat 6 gambar (gambar ke 16 sampai dengan gambar ke 21) yang merupakan tangkapan layar bukti pujian dari para followers untuk hasil karya Erika Ricardo.

Video dengan tingkat *engagement* tertinggi pada tahun 2024 adalah konten perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang masih menggunakan hashtag yang sama, yaitu #CEOLukisdi. Dalam rangka memperingati HUT RI ke-79, Erika Ricardo berkolaborasi dengan showroom Rudy Salim dan berkesempatan melukis di mobil mewah Rolls Royce.

Motif lukisan kali ini terinspirasi dari keindahan pulau-pulau di Indonesia yang tercetak pada lembaran mata uang rupiah, dengan tema utama: "Kesenian pada Lembaran Mata Uang Rupiah Kita". Erika mengambil elemen visual dari berbagai pecahan uang, mulai dari nominal seribu hingga serratus ribu rupiah, sebagai bentuk representasi kekayaan budaya Indonesia. Pada bagian belakang mobil, ia menambahkan motif batik, sementara pada bagian depan terdapat lukisan angka "79" berwarna merah sebagai simbol usia kemerdekaan. Berikut adalah dokumentasi visual berupa tangkapan layar dari hasil lukisan respons para netizen melalui kolom komentar yang mencerminkan antusiasme dan interaksi yang tinggi terhadap konten tersebut.

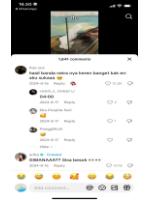
**Tabel 5. Tangkapan Layar Salah Satu Konten dengan Engagement Tertinggi Pada Akun TikTok @ErikaRichardo**

<b>“Pesona Mewah Mobil Rolls Royce”</b>  (Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjtxW6r/">https://vt.tiktok.com/ZSBjtxW6r/</a> ) Gambar 22	<b>“Kesenian Uang Kertas untuk HUT RI ke-79”</b>  (Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjn84pP/">https://vt.tiktok.com/ZSBjn84pP/</a> ) Gambar 23	<b>“Lukisan Pemandangan di Badan Mobil Rolls Royce”</b>  (Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjnJWH3/">https://vt.tiktok.com/ZSBjnJWH3/</a> ) Gambar 24
--	--	--

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 5 terdapat 3 gambar (gambar ke 22 sampai dengan gambar ke 24) yang merupakan tangkapan layar mengenai salah satu konten yang bertemakan Kemerdekaan RI di akun TikTok @ErikaRichardo.

Tabel 6. Tangkapan Layar Kolom Komentar Tentang Pengekspresian Kagum dari Para Followers

<p><b>“Netizen Terkagum dengan Lukisan di Mobil Mewah”</b></p>  <p>(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjtxW6r/">https://vt.tiktok.com/ZSBjtxW6r/</a>)</p> <p>Gambar 25 Kolom komentar dipenuhi ekspresi kagum dan rasa heran terhadap hasil lukisan di mobil. Beberapa netizen juga menyoroti proses serta waktu pengerjaan yang dianggap sangat cepat untuk karya sebesar itu.</p>	<p><b>“Netizen Terpukau dengan Hasil Lukisan Erika”</b></p>  <p>(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjnJWH3/">https://vt.tiktok.com/ZSBjnJWH3/</a>)</p> <p>Gambar 26 Komentar netizen dipenuhi pujian atas keindahan dan detail lukisan karya Erika. Antusiasme terlihat dari banyaknya emoji hati dan ekspresi kagum yang menegaskan apresiasi terhadap hasil karyanya.</p>	<p><b>“Komentar Kocak dan Kagum pada Lukisan Erika Richardo”</b></p>  <p>(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjtEYdm/">https://vt.tiktok.com/ZSBjtEYdm/</a>)</p> <p>Gambar 27 Netizen bereaksi campur aduk, dari pujian atas keindahan karya hingga komentar humor seputar harga dan tema lukisan. Interaksi ini menunjukkan apresiasi tinggi sekaligus hiburan dari kolom komentar.</p>
---	---	---

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Pada tabel 6 terdapat 3 gambar (gambar ke 25 sampai dengan gambar ke 27) yang merupakan tangkapan layar mengenai pujian dari para followers untuk Erika Richardo.

**Tabel 7. Tangkapan Layar Kolom Komentar Mengenai Antusiasme Followers atas Konten Kemerdekaan**

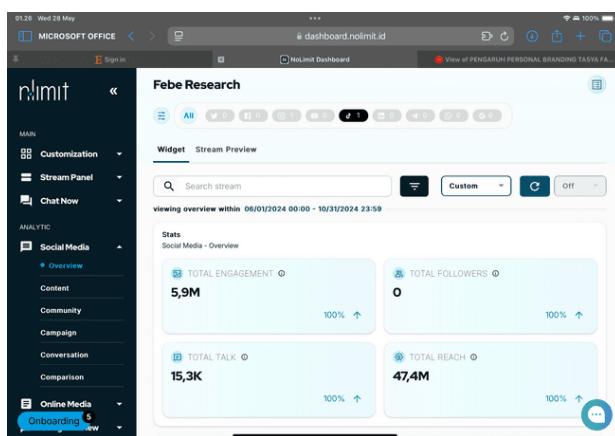
<p><b>“Komentar Seru dan Penuh Antusias pada Lukisan Erika Richardo”</b></p>  <p>(Sumber: <a href="https://vt.tiktok.com/ZSBjtEYdm/">https://vt.tiktok.com/ZSBjtEYdm/</a>)</p>		
---	--	--

Gambar 28

Netizen merespons dengan antusias, ada yang memuji suasana lukisan, bercanda soal jadwal, hingga berharap bisa melihat hasilnya langsung. Reaksi ini memperlihatkan kombinasi keagungan dan keakraban dalam interaksi penonton.

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

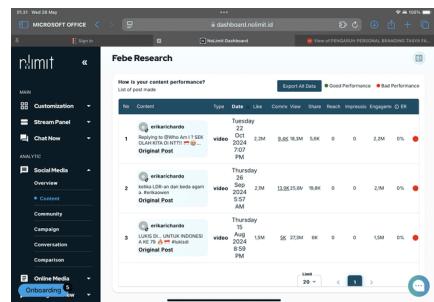
Pada tabel 7 terdapat 1 gambar (gambar 27) yang merupakan tangkapan layar mengenai antusiasme dari para followers pada pembuatan karya Erika Richardo selanjutnya. berikut adalah data tambahan yang peneliti ambil dari sumber NoLimit.



**Gambar 6. Tambahan Data dari NoLimit Mengenai Engagement pada Akun TikTok @ErikaRichardo**

Sumber: NoLimit, 2025

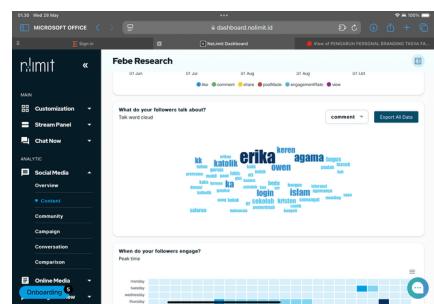
Gambar 6 merupakan data yang bersumber pada NoLimit yang diambil penulis sebagai tambahan data penulisan. Gambar ini mengenai data overview akun TikTok @ErikaRichardo dari tanggal 1 Agustus 2024 sampai dengan 31 Oktober 2024.



**Gambar 7. Tambahan Data dari NoLimit Mengenai Engagement pada Akun TikTok @ErikaRichardo**

Sumber: NoLimit, 2025

Gambar 7 merupakan data yang bersumber pada NoLimit yang diambil penulis sebagai tambahan data penulisan. Gambar ini mengenai data performance pada setiap konten di akun tersebut.



**Gambar 8. Tambahan Data dari NoLimit Mengenai Engagement pada Akun TikTok @ErikaRichardo**

Sumber: NoLimit, 2025

Gambar 8 merupakan data yang bersumber pada NoLimit yang diambil penulis sebagai tambahan data penulisan. Gambar ini mengenai data kata yang paling banyak digunakan yang terdapat pada setiap konten di akun TikTok @ErikaRichardo

Berdasarkan data *dashboard* NoLimit pada periode 6-12 Agustus 2024, performa akun TikTok menunjukkan capaian yang sangat tinggi. Total *engagement* mencapai 5,9 juta, *total talk* sebesar 15,3 ribu dan total *reach* menyentuh 47,4 juta audiens unik. Angka ini menegaskan kekuatan jangkauan konten dan kemampuan kreator dalam memicu interaksi audiens dalam skala massif.

Analisis performa konten menunjukkan tiga unggahan video utama dalam periode tersebut berhasil meraih jutaan *views* dengan tingkat *engagement* yang signifikan. Video terpopuler pada 6 Agustus 2024 mencatat 2,9 juta *views*, 5,86 juta *impressions*, dan 1,3 juta *engagement* dengan 2,3 ribu *saves*. Sementara dua video lain pada 8 Agustus 2024 masing-masing menghasilkan 1,8 juta

dan 981 ribu *views* dengan *engagement* yang tetap tinggi, membuktikan konsistensi daya tarik konten.

Dari sisi kualitas interaksi, analisis *word cloud* menunjukkan kata “Erika” menjadi fokus utama pembicaraan, diikuti kata seperti “keren”, “agama”, “Islam”, dan “owen”. Ini mengindikasikan keterhubungan personal audiens dengan kreator, sekaligus adanya perhatian pada tema identitas dan nilai. Selain itu, analisis pola waktu interaksi melalui heatmap memperlihatkan jam-jam puncak engagement, yang dapat dimanfaatkan untuk strategi penjadwalan unggahan agar mencapai efektivitas maksimal.

Secara keseluruhan, data ini menggambarkan kombinasi kekuatan jangkauan, tingginya tingkat keterlibatan, dan relevansi topik pembicaraan yang selaras dengan citra kreator. Hal ini menjadi dasar kuat bagi optimalisasi strategi konten di periode berikutnya, khususnya dalam memanfaatkan momentum tertentu untuk mempertahankan atau meningkatkan performa.

Analisis kualitatif mengungkap bahwa Erika Ricardo memanfaatkan estetika visual yang kuat untuk membangun pesan nasionalisme. Elemen yang sering digunakan meliputi warna merah-putih, simbol Garuda, peta Indonesia, serta media lukis yang unik seperti mobil sport, buku raksasa (KBBI), pilar simbolik, dan peralatan masak berukuran besar. Dari segi *audio*, kreator kerap menggabungkan lagu nasional dengan versi *remix* yang mengikuti tren musik TikTok.

Narasi yang dibangun menekankan rasa bangga terhadap identitas bangsa, sejarah perjuangan kemerdekaan, cita-cita bersama, disajikan melalui *personal storytelling* serta gaya bahasa yang akrab dengan generasi muda. Pemanfaatan efek sinematik, kosakata gaul, dan musik popular memperkuat daya tarik visual dan emosional konten, sehingga mendorong audiens untuk terlibat aktif lewat *likes*, komentar, maupun *share*. Tingginya tingkat keterlibatan ini turut diperkuat oleh algoritma TikTok yang mengedepankan distribusi konten dengan partisipasi pengguna yang tinggi.

### 3. Konvergensi Hasil Kuantitatif dan Kualitatif

Penggabungan hasil analisis kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa konsistensi unggahan konten bertema nasionalisme pada akun TikTok @ErikaRichardo tidak hanya berdampak pada tingginya capaian *engagement*, tetapi juga membentuk pola interaksi yang khas antara kreator dan audiens.

Dari sisi kuantitatif, data menunjukkan lonjakan signifikan *views*, *likes*, *shares*, dan *saves* pada periode menjelang dan saat peringatan Hari Kemerdekaan RI, dengan puncak tertinggi terjadi pada tahun 2023 dengan judul konten “Lukis di Mobil Prestige”. Konten dengan objek unik dan nilai visual tinggi, seperti mobil *sport* atau barang dengan simbol nasional, cenderung memperoleh *engagement* yang lebih besar dibanding konten yang bersifat statis atau kurang menonjol secara visual.

Sementara dari sisi kualitatif, ditemukan bahwa pendekatan kreator yang menggabungkan kekuatan visual (warna merah-putih {pada unggahan konten “Lukis di Mobil Porsche” tahun 2021}, simbol Garuda {pada unggahan konten “Lukisan Garuda” tahun 2020}, peta Indonesia {pada unggahan konten “Lukisan Peta Indonesia - Pecahin Rekor Kanvas Terbesar” tahun 2020}), unsur musik barat dalam format *remix* (pada unggahan konten “Akhirnya Selesai Juga Lukis Di Mobil” pada tahun 2024), serta narasi yang menonjolkan kebanggaan identitas nasional (pada unggahan konten “Lukis di Mobil Rolls Royce” pada tahun 2024), mampu memicu respons emosional positif dari audiens. Respons tersebut tidak hanya terwujud dalam bentuk interaksi *digital* (*likes*, komentar, dan *shares*), tetapi juga dalam percakapan lanjutan di kolom komentar yang

mengindikasikan adanya rasa penasaran, keterlibatan emosional, dan identifikasi diri audiens terhadap pesan nasionalisme yang disampaikan.

Kedua temuan ini saling melengkapi: data kuantitatif memperlihatkan bahwa momentum, objek, dan konsistensi unggahan berperan dalam mengangkat performa konten, sementara data kualitatif menjelaskan bahwa kekuatan narasi visual dan relevansi emosional menjadi alasan utama mengapa konten tersebut mendapatkan perhatian luas.

Dengan demikian, pola interaksi antara kreator dan audiens pada akun TikTok @ErikaRichardo dapat dipahami sebagai hasil sinergi antara startegi kreatif, kekuatan simbolik nasionalisme, dan logika distribusi algoritma TikTok.

Fenomena ini sejalan dengan faktor-faktor ketergantungan yakni mulai dari faktor kestabilan dalam membuat konten, kekonsistennan dalam pembuatan dan pengunggahan konten bertema Nasionalisme, dan adanya interaksi langsung dari kreator dengan audiens nya seperti yang dijelaskan dalam *Media Dependency Theory*.

### **1. Kestabilan Seorang *Content* Kreator mengunggah video dan mempertahankan performa konten, Memunculkan Keterikatan Secara Emosional.**

Konsistensi unggahan tiap tahun menjelang 17 Agustus membuat audiens membentuk ekspektasi dan keterikatan emosional terhadap konten yang dihasilkan. Hal ini menciptakan pola keterpaparan berulang (repeated exposure) yang memperkuat ketergantungan audiens pada akun tersebut sebagai salah satu sumber konten bertema nasionalisme di TikTok.

Berdasarkan data *engagement* yang dikumpulkan secara manusia dari tahun 2020 hingga 2024, terlihat bahwa Erika Richardo secara konsisten memproduksi konten bertema nasionalisme setiap tahunnya, khususnya menjelang perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Konsistensi ini mencerminkan adanya kestabilan dalam berkонтen yang berfokus pada nilai-nilai kebangsaan dan simbol-simbol nasional. Puncak *engagement* tertinggi terjadi pada tahun 2023 dengan estimasi total *views* mencapai lebih dari 90 juta, disusul oleh tahun 2024 dan 2021 yang juga menunjukkan angka keterlibatan audiens yang signifikan.

Kestabilan ini bukan hanya menandakan keberhasilan Erika dalam menjaga perhatian publik, tetapi juga memperlihatkan bagaimana audiens menunjukkan ketergantungan terhadap konten bertema nasionalisme yang dikemas secara kreatif dan emosional. Hal ini sesuai dengan kerangka *Media Dependency Theory*, di mana audiens semakin bergantung pada media ketika mereka merasa bahwa media tersebut memberikan kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas sosial. Dalam hal ini, akun TikTok Erika Richardo menjadi alternatif yang menyajikan nasionalisme dalam bentuk yang dapat dinikmati oleh generasi muda, seperti melalui seni Lukis, musik dan visual sinematik.

### **2. Akibat dari Kestabilan Itulah Menimbulkan Sifat Ketergantungan Media.**

Dalam teori ketergantungan media (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976), individu yang semakin bergantung pada media tertentu untuk mendapatkan informasi akan semakin dipengaruhi oleh isi media tersebut. TikTok, sebagai media yang digunakan Erika Richardo, menjadi ruang dominan yang membentuk persepsi, nilai, dan sikap pengguna terhadap simbol-simbol kebangsaan. *Followers* Erika secara tidak langsung mengalami pembelajaran sosial, di mana mereka mengenal ulang identitas nasional dalam format yang modern dan relevan. Interaksi dua arah di kolom komentar menunjukkan adanya komunikasi yang bersifat reflektif terhadap tema nasionalisme. Dengan demikian, media sosial bukan lagi sekadar saluran hiburan, tetapi juga sarana mediasi nilai budaya dan ideologi kebangsaan secara kontestual. (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Pada *Media Dependency Theory* yang menyatakan bahwa ketergantungan audiens terhadap media meningkat ketika media tersebut menyediakan informasi, hiburan, dan penguatan identitas sosial secara relevan dan konsisten. Dalam konteks penelitian ini, konten nasionalisme Erika Richardo memenuhi ketiga aspek tersebut:

- Informasi: menyampaikan pesan sejarah dan simbol-simbol kebangsaan melalui media kreatif.
- Hiburan: mengemas pesan nasionalisme dengan format visual yang menarik, unik, dan sesuai tren.
- Identitas sosial: memperkuat rasa bangga sebagai warga negara Indonesia, terutama pada momen peringatan HUT RI.

Komentar-komentar dari netizen pada video lukisan bertema kemerdekaan di akun TikTok @ErikaRichardo menjadi bukti nyata adanya keterlibatan aktif audiens. Beberapa komentar seperti “*next bikin versi 79 bisa kali*”, “*Keren kak!?*”, “*Pemaknaannya bagus*”, menunjukkan bahwa *followers* tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga ikut berpartisipasi dalam proses kreatif, baik secara emosional, kognitif, maupun perilaku. Dalam perspektif *Media Dependency Theory*, sebagaimana dikemukakan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (1976), ketergantungan audiens terhadap media terjadi Ketika media menjadi sumber utama bagi pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas sosial. (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Dalam konteks ini, komentar-komentar tersebut mencerminkan tiga dimensi ketergantungan:

- a. Afektif : penggunaan emoji dan ekspresi keagamanan mencerminkan keterlibatan emosional netizen terhadap konten
- b. Kognitif : ucapan seperti “*Pemaknaannya bagus*” menunjukkan bahwa audiens memahami nilai-nilai nasionalisme yang disampaikan melalui karya visual.
- c. Behavioral : saran seperti “*Next bikin versi 79 sabi kali*”, menandakan adanya partisipasi dan inisiatif dari audiens untuk mempengaruhi arah konten berikutnya.

Dengan demikian, konten-konten bertema nasionalisme yang dibuat oleh Erika Richardo tidak hanya sekadar dikonsumsi, melainkan juga memenuhi kebutuhan psikososial netizen, sehingga memperkuat ketergantungan mereka terhadap akun tersebut sebagai bentuk media yang relevan secara budaya dan emosional.

### **3. Dampak dari Ketergantungan Dapat Memicu Partisipasi Aktif dari para *Followers* maupun Netizen.**

Komentar-komentar yang muncul pada unggahan TikTok Erika Richardo, seperti “*ku tunggu part selanjutnya*”, “*kak Lukis kebudayaan Indonesia aja, seperti Batak, rumah gadang, reog, wayang..*”, dan “*next rumah Sisca Kohl*”, menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya berhasil menarik perhatian, tetapi juga menimbulkan rasa penasaran audiens terhadap representasi bentuk-bentuk nasionalisme yang dikemas secara kreatif dan kontemporer. Respons dari para netizen menggambarkan antusiasme yang tinggi terhadap keberlanjutan konten, serta dorongan partisipatif untuk menyumbangkan ide-khususnya yang berkaitan dengan simbol budaya daerah maupun ikon nasional. Fenomena ini menunjukkan adanya keterlibatan aktif dari generasi muda dalam menafsirkan dan membentuk narasi nasionalisme versi mereka sendiri, yang tidak lagi bersifat satu arah, melainkan dialogis.

Dalam perspektif *Media Dependency Theory*, interaksi ini mencerminkan bentuk ketergantungan audiens terhadap media dalam aspek kognitif dan behavioral. Media sosial, dalam

hal ini TikTok, tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang partisipatif di mana pengguna merasa memiliki kontribusi dalam proses penciptaan makna. Ketergantungan ini tampak melalui keingintahuan pengguna terhadap kelanjutan konten dan keinginan untuk melihat representasi budaya yang lebih luas dalam karya sang kreator. Oleh karena itu, konten bertema nasionalisme yang ditampilkan Erika Ricardo secara visual dan naratif mampu membangun koneksi emosional dan intelektual dengan audiensnya, sekaligus menjadi medium efektif dalam internalisasi nilai kebangsaan di kalangan generasi muda.

#### 4. Bukti Semangat Nasionalisme Tertuang di dalam Kolom Komentar

Komentar-komentar yang muncul dalam unggahan Erika Ricardo pada akun TikTok-nya menunjukkan bahwa konten bertema nasionalisme yang ia produksi mampu menimbulkan rasa penasaran dan keterlibatan emosional dari para *followers*, khususnya generasi muda. Contohnya seperti “*ku kira sudah! Lukis-lukis di laptop, malah dimobil*”, “*OMG GA SABAR MAU LIAT HASILNYA!!!!*”, “*Kak lukis kebudayaan Indonesia aja, seperti (Dadak, cetik banten, tari saman, bunga rafflesia, rumah gadang, Reog Ponorogo, wayang, rendang, Monas, dll)*”

Merupakan representasi konkret bahwa konten Erika tidak hanya dikonsumsi secara pasif, melainkan juga mengundang reaksi aktif berupa saran, ekspresi emosi, hingga permintaan kelanjutan konten (harapan). Fenomena ini memperlihatkan bahwa publik (*followers*) menunjukkan ketergantungan terhadap media sosial sebagai sumber representasi nilai-nilai kebangsaan. Rasa ingin tahu terhadap hasil karya, keterlibatan dalam memberi ide, serta harapan terhadap eksplorasi budaya Indonesia lainnya menunjukkan bahwa media (dalam hal ini TikTok) berperan sebagai medium penting dalam membangun dan memperkuat identitas nasional di era digital.

Mengacu pada *Media Dependency Theory*, bentuk keterlibatan ini memperlihatkan bahwa Ketika media berhasil memenuhi kebutuhan audiens-baik secara kognitif (pengetahuan), afektif (emosi), maupun integrative sosial-maka tingkat ketergantungan akan meningkat (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Erika Ricardo telah memosisikan kontennya sebagai sumber informasi visual-kultural yang relevan, menarik, dan dekat dengan keseharian generasi muda.

Dengan demikian, komentar-komentar tersebut menjadi bukti bahwa:

- Nasionalisme dapat hadir dalam bentuk konten kreatif di media sosial.
- Ketergantungan pada media bisa dipicu oleh keberhasilan kreator dalam menyentuh nilai-nilai kolektif audiens.
- TikTok, sebagai medium interaktif, memungkinkan terjadinya partisipasi budaya dan konstruksi identitas nasional secara digital.

Dengan demikian, integrasi temuan kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa keberhasilan *engagement* akun TikTok @ErikaRichardo tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas visual dan narasi, tetapi juga oleh relevansi pesan dengan identitas kolektif audiens, yang sejalan dengan prinsip-prinsip *Media Dependency Theory*.

Melalui pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @ErikaRichardo tidak hanya menampilkan konten estetis, tetapi juga memediasikan simbol-simbol nasionalisme secara strategis dan efektif. Dengan dukungan algoritma TikTok dan strategi visual yang kuat, pesan nasionalisme dapat disampaikan secara luas, mendalam, dan berkelanjutan kepada audiens digital.

Penelitian ini menemukan bahwa akun TikTok @ErikaRichardo secara konsisten menggunakan simbol-simbol kebangsaan dalam setiap kontennya, seperti bendera merah-putih, tokoh pahlawan nasional, lambing negara Garuda Pancasila, hingga visualisasi mata uang rupiah. Simbol-simbol tersebut tidak sekadar menjadi elemen dekoratif, melainkan diposisikan sebagai

narasi utama yang dibungkus dalam karya seni rupa. Fenomena ini memperkuat konsep mediatization yang dijelaskan oleh Dewi (2022), di mana identitas nasional direpresentasikan melalui *medium digital popular* seperti Instagram atau TikTok sebagai respons terhadap globalisasi dan upaya mempertahankan otentisitas budaya lokal (D. K. Sari, 2022)

Visualisasi nasionalisme yang dilakukan Erika Richardo melalui karya Lukis di media tak biasa (seperti panci, mobil, kuali, dan sebagainya) memperlihatkan proses “*remediation*” sebagaimana dijelaskan oleh Bolter & Grusin (2000), yaitu proses ketika medium lama (lukisan tradisional) yang diperbarui dan dikontekstualisasi ulang melalui medium baru (*platform* video TikTok). Hasilnya adalah estetika visual yang membaurkan antara seni rupa, media sosial, dan nasionalisme. (Bolter, 1999)

Konten nasionalisme yang dibuat oleh Erika Richardo memiliki jumlah *engagement* tinggi, terbukti dari ribuan komentar, jutaan *views*, dan respon *followers* yang aktif. Dalam konteks algoritma TikTok, menyatakan bahwa personalisasi *feed* sangat dipengaruhi oleh durasi menonton (*view rate*), interaksi (*like* dan *follow*), serta faktor lokasi. Dalam hal ini, Erika Richardo berhasil menciptakan konten yang menahan perhatian pengguna cukup lama (*long watch time*) berkat daya tarik visual dan pesan edukatifnya. *Engagement* tinggi ini mendorong algoritma TikTok untuk menyebarluaskan konten Erika secara luas ke pengguna yang relevan. Oleh karena itu, penyebarluasan pesan nasionalisme tidak hanya terjadi melalui strategi kreator, tetapi juga ditopang oleh logika sistem rekomendasi TikTok yang memprioritaskan konten dengan potensi *viral* tinggi. Ini menjelaskan bagaimana konten bertema nasionalisme dapat mencapai viralitas meskipun temanya tidak termasuk dalam kategori hiburan popular.

Sebagaimana dijelaskan oleh Dewi (2022), konten visual yang menyertakan simbol nasional sering kali juga membawa nilai komersial, baik secara langsung (penjualan produk) maupun tidak langsung (*branding personal*). Dalam kasus Erika Richardo, meskipun kontennya berisi edukasi kebangsaan, narasi ini juga membentuk *positioning* sebagai kreator nasionalis yang berdampak pada *brand image* positif dan potensi kerjasama komersial. Simbol nasionalisme menjadi sumber daya budaya yang dimediasi secara digital untuk membentuk komunitas, meningkatkan *engagement*, dan memperkuat jati diri bangsa. Konten semacam ini dapat diposisikan sebagai bentuk *soft power digital*, di mana nilai kebangsaan disampaikan dengan pendekatan visual yang menyenangkan dan mudah diterima generasi muda. (D. K. Sari, 2022)

Hasil ini menguatkan temuan Rosita & Darlin (2024) yang menyebutkan bahwa kualitas visual, pesan informatif, dan kreativitas konten memiliki pengaruh positif terhadap tingkat *engagement* di TikTok (Rosita & Evalina Darlin, 2024). Hal ini terbukti dalam konten-konten @ErikaRichardo yang menampilkan lukisan realistik di media unik (mobil mewah, kuali, kanvas besar), pesan edukatif tentang budaya dan sejarah, serta pendekatan visual yang kuat. Dengan demikian, pendekatan visual-informatif-kreatif bukan hanya mempercantik konten, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional antara kreator dan audiens.

Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus pada *platform* TikTok dan pemulihan sampel yang cenderung bias terhadap kreator dengan popularitas tinggi. Metode analisis juga belum mencakup aspek psikologis audiens secara mendalam. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lanjutan dapat menjangkau *platform* lain serta memperluas pendekatan metodologis untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh.

## Analisis Kritis dan Keterkaitan dengan Teori serta Penelitian Terdahulu

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi unggaahan konten bertema nasionalisme oleh akun TikTok @ErikaRichardo bukan hanya berdampak pada capaian engagement tinggi, tetapi juga membentuk pola interaksi yang mencerminkan bentuk media dependency yang kompleks pada level kognitif, afektif, dan perilaku. Hasil ini memperkuat relevansi Media Dependency Theory yang dikemukakan oleh Ball-Rokeach & DeFleur, menjelaskan bahwa tingkat ketergantungan seseorang terhadap media meningkat ketika media mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas sosialnya. (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)

Audiens TikTok @ErikaRichardo menunjukkan bentuk keterlibatan aktif melalui komentar, ide, dan pertisipasi kreatif yang menjadi bukti adanya mutual relationship *relationship* antara kreator dan pengikut. Fenomena ini konsisten dengan temuan Hollebeek, Clark, & Macky, yang menyatakan bahwa *digital engagement* bersifat multidimensi—meliputi keterlibatan emosional (*affective*), intelektual (*cognitive*), dan perilaku (*behavioral*). (Hollebeek & Macky, 2019). Interaksi dua arah yang terjadi memperlihatkan bahwa pengguna media sosial kini bukan sekadar konsumen pasif, melainkan turut berperan dalam konstruksi makna sosial dan budaya.

Konsistensi unggaahan konten nasionalisme setiap tahun menjelang Hari Kemerdekaan juga mencerminkan fungsi ritualistik media sebagaimana dijelaskan oleh Couldry, di mana aktivitas media berulang menjadi sarana simbolik untuk meneguhkan identitas kolektif(Couldry, 2003) . Dalam konteks ini, konten nasionalisme Erika Richardo berperan sebagai *digital civic ritual*—ritual kebangsaan di ruang digital yang memperkuat rasa kebersamaan nasional.

Selain itu, dari sisi estetika media, strategi visual yang digunakan memperlihatkan proses *remediation* sebagaimana dikemukakan oleh Bolter & Grusin—yakni transformasi medium lama (seni lukis tradisional) ke dalam medium baru (video digital TikTok) yang menghasilkan makna dan pengalaman baru bagi audiens(Bolter, 1999) . Proses ini menjadikan seni digital sebagai medium ekspresi nasionalisme yang relevan dengan gaya hidup dan preferensi generasi muda.

Penelitian ini juga mendukung temuan Yulianda et al. (2024) dan Rozanah & Fauzana (2022) bahwa konten berkualitas dan autentik yang menonjolkan nilai sosial atau budaya cenderung memiliki *engagement rate* lebih tinggi dibanding konten komersial. Dalam kasus ini, kombinasi antara simbol nasional (Garuda, Bendera Merah Putih, Peta Indonesia), narasi emosional, dan gaya komunikasi yang ringan menjadi faktor penting dalam mempertahankan perhatian dan partisipasi publik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa TikTok berfungsi sebagai ruang partisipatif kebangsaan (participatory nationalism space)—tempat di mana nilai-nilai nasionalisme dikonstruksi ulang melalui budaya populer digital. Temuan ini memperluas perspektif komunikasi massa dengan menunjukkan bahwa representasi nasionalisme di era media sosial tidak lagi bersifat top-down, melainkan berbentuk dialogis, kolaboratif, dan kreatif.

## Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun TikTok @ErikaRichardo telah berhasil mengadaptasi nilai-nilai nasionalisme ke dalam format komunikasi digital yang kreatif, estetis, dan partisipatif. Melalui kombinasi visual kuat, simbol kebangsaan, narasi emosional, serta interaksi dua arah dengan pengikut, Erika Richardo mampu membangun keterlibatan audiens yang tinggi pada setiap momentum Hari Kemerdekaan Republik Indonesia.

Analisis kuantitatif menunjukkan puncak *engagement* pada tahun 2023–2024, sementara analisis kualitatif menegaskan bahwa keterlibatan audiens tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga konstruktif—di mana pengikut turut menyumbangkan ide, interpretasi, dan makna terhadap pesan nasionalisme. Temuan ini menguatkan prinsip Media Dependency Theory, bahwa semakin besar relevansi dan konsistensi media dalam memenuhi kebutuhan sosial, semakin kuat pula ketergantungan audiens terhadap media tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital kebangsaan, dengan menunjukkan bagaimana media sosial seperti TikTok dapat menjadi arena partisipatif dalam memperkuat identitas nasional. Secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi bagi pendidik, kreator konten, dan pembuat kebijakan untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi kreatif yang menanamkan nilai patriotisme dengan pendekatan visual, naratif, dan interaktif yang sesuai dengan karakter generasi muda.

## Daftar Pustaka

- Anggraeni, I., & Eko Hartanto. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.21009/comm.1102.05>
- Aprelia, F. P., Madarina, H. B., Mayasari, E. T. F., & Nurmwati, U. (2023). Hubungan Interaksi Langsung dan Tidak Langsung (Media Gadget) terhadap Karakter Pelajar Pancasila. *Journal of Education Research*, 4(1), 13–19. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.111>
- Arsika, P. M. (2024). *Pengertian Nasionalisme, Jenis, Bentuk Contoh Sikap*. Detiksumbagsel. <https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7551288/pengertian-nasionalisme-jenis-bentuk-dan-contoh-sikap>
- Aryani. (2024). 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia. RRI Digital. <https://www.rri.co.id/cek-fakta/1209398/7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif* (Suwandi (ed.)). Rineka Cipta. [https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20290906&utm\\_source=chatgpt.com](https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20290906&utm_source=chatgpt.com)
- Beni M. Sya'ban. (2013). 170-499-1-PB. 1–8.
- Bolter, J. D. (1999). Remediation: Understanding New Media. *Corporate Communications: An International Journal*, 4(4), 208–209. <https://doi.org/10.1108/ccij.1999.4.4.208.1>
- Couldry, N. (2003). *Media Rituals: A Critical Approach*. Routledge. <https://share.google/p9ai8gtG3Z6j5uyKK>
- Cresswell, J. W. (2015). Research Design qualitative, quantitative and mixed methods approaches. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (4th ed., Vol. 16, Issue 2). SAGE Publication Ltd. [https://elibrary.stikesghsbysy.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=2500&keywords="](https://elibrary.stikesghsbysy.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2500&keywords=)
- Dewi, G. A. N. S. K. P., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. A. (2022). STRATEGI DAN PENERAPAN DESAIN KONTEN MARKETING DI INSTAGRAM SEBAGAI BRAND AWARENESS JEALOUS BEAUTY SOLUTION. *VISWA DESIGN: Journal of Design*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.59997/vide.v2i1.1584>
- Firman, Y., & Nardi, M. (2019). *Analisis Sikap Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas VI Sekolah Dasar di Kota Ruteng The Analysis On The Sixth Grade Students' Environmental Care At*

- Elementary School In Ruteng.*
- Hartwick, E. (2009). Dependency. In *International Encyclopedia of Human Geography: Volume 1-12* (Vols. 1–12, pp. V3-91-V3-95). <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00085-7>
- Hetmar, V. (2022). Referencer. *Fagpædagogik*, 9(2), 491–498. <https://doi.org/10.2307/j.ctv34wmpwq.21>
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer Brand Engagement in Social Media: Conceptualization, Scale Development and Validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149–165. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Izhar, A. N. (2024). *Dampak Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Karya Salemba Empat dan Bank Indonesia Terhadap Pengembangan Diri di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Issue Table 10). Universitas Islam Negeri (UIN).
- Kuniawan, A. B. (2019). *karya-karya Penanda Nasionalisme*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/08/05/karya-karya-penanda-nasionalisme>
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, & Muhammad Iwu Iyansyah. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104–114. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>
- Oetzel, J. G., Foss, K. A., & Littlejohn, S. W. (2016). *THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition*.
- Pandaleke, T., Waleleng, F., & Grace, J. (2020). Peran Komunikasi Sosial Masyarakat Dalam Melestarikan Bahasa Daerah Pasan Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna>.
- RevoUpedia. (2025). *Engagement Rate*. Revolusi Cita Edukasi. <https://www.revou.co/kosakata/engagement-rate>
- Riyanto Dwi, A. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Hootsuite (We Are Social). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rosita, R., & Evalina Darlin. (2024). Pengaruh Kualitas Konten Tik Tok Terhadap Customer Engagement Pada Customer Queensha. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1061–1071. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1129>
- Rozanah, H., & Fauzana, R. (2022). *Interaksi pada Content Marketing Tiktok @vieraoleholeh Pekanbaru*. 4(2).
- Sari, B. P., & Hadijah, H. S. (2017). Meningkatkan Disiplin Belajar Siswa melalui Manajemen Kelas. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 2(2), 122. <https://doi.org/10.17509/jpm.v2i2.8113>
- Sari, D. K. (2022). Mediation, Remediation, and Commercialization of Indonesian Identity in Sneakers Advertising. *Komunikator*, 14(2), 114–126. <https://doi.org/10.18196/jkm.16030>
- Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Sulistyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor – Faktor Relationship Management.

- Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 11(1), 53.*  
<https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.987>
- Tambusai, J. P., Susanti, E., Salsabila, N., & Syabila, T. (n.d.). *Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa IPS*.
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing, 2021*(3), 267–292.  
<https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Wicaksono, V. A., & Eko Hardiansyah. (2025). Social Media Dependency and Academic Achievement as Predictors of Learning Motivation. *Psikologia : Jurnal Psikologi, 10*(1), 34–52. <https://doi.org/10.21070/psikologia.v10i1.1908>
- Yulianda, N., Sultan, M. I., & Akbar, M. (2024). Analisis Konten pada Akun Tiktok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit. *Jurnal Penelitian Inovatif, 4*(3), 959–966.  
<https://doi.org/10.54082/jupin.445>
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., Lismayani, A., & Guru Sekolah Dasar Universitas Negeri Makassar, P. (2023). *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA*. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>