JURNAL JTIK
(JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI)
KITA Komunitas Informasi Teknologi Aceh
OPEN ACCESS
E-ISSN: 2580-1643
Volume 11, Nomor 1, Januari 2027 | Pages: 184-190 | DOI: https://doi.org/10.35870/jtik.v11i1.7857

Wacana Digital Tagar #Ngortis sebagai Arena Konstruksi Identitas Sosial Komunitas Penggemar CORTIS pada Periode Pra-Institusional (Oktober-November 2025) di TikTok

Arini Fitriasmara Imani [1*], Herlina Suksmawati [2]

[1*,2] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Corresponding Email: [1*]22043010271@student.upnjatim.ac.id.

Article History:
Received: 4 July 2026.
Revised: 8 July 2026.
Accepted: 14 July 2026.
Available Online: 1 November 2026.
Published: 1 January 2027.

Abstract

The absence of an official fandom reference during the initial three months of the boy group CORTIS's debut triggered identity ambiguity among young Indonesian fans on TikTok. This qualitative study analyzes how digital discourse on the #Ngortis hashtag constructs the social identity of this fan community. Utilizing Rodney H. Jones's Digital Discourse Analysis combined with Social Identity Theory and Participatory Culture framework, this study purposively examines five selected TikTok video corpuses along with their comment sections posted during October–November 2025. Findings indicate that community identity is formed gradually, beginning with the use of the #Ngortis hashtag as an initial grouping marker, which is then reinforced through mutual-support practices in the comment section, and ultimately merges with the official COER identity through a shared narrative of integration.

Keywords: Digital Discourse Analysis; Fandom; Social Identity; TikTok.

Abstrak

Ketiadaan acuan identitas fandom resmi selama tiga bulan awal debut boy group CORTIS memicu kebingungan identitas di kalangan penggemar muda Indonesia di TikTok. Studi kualitatif ini bertujuan menganalisis bagaimana wacana digital pada tagar #Ngortis mengonstruksi identitas sosial komunitas penggemar tersebut. Menggunakan metode Analisis Wacana Digital Rodney H. Jones yang dipadukan dengan Social Identity Theory dan kerangka Participatory Culture, penelitian ini memeriksa secara purposif lima korpus video TikTok terpilih beserta kolom komentarnya pada periode Oktober–November 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas komunitas terbentuk secara bertahap, dimulai dari penggunaan tagar #Ngortis sebagai penanda pengelompokan awal, yang kemudian diperkuat melalui praktik saling membantu di kolom komentar, hingga akhirnya melebur dengan identitas resmi COER melalui narasi peleburan bersama yang adaptif.

Kata Kunci: Analisis Wacana Digital; Fandom; Identitas Sosial; TikTok.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Copyright © 2027 by the authors. Published by Lembaga Komunitas Informasi Teknologi Aceh (KITA). All rights reserved.

E-ISSN: 2580-1643

1. Pendahuluan

Popularitas budaya populer Korea (*Hallyu*) secara global saat ini telah menjadi kekuatan kultural dominan yang ikut memengaruhi pola konsumsi media dan pembentukan identitas budaya generasi muda (Aini & Hidayah, 2025). Keberhasilan ekspansi budaya ini sangat ditopang oleh kehadiran platform digital interaktif seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, yang menyediakan ruang bagi remaja untuk berekspresi, bernegosiasi, hingga membentuk komunitas penggemar (*fandom*) lintas negara (Aini & Hidayah, 2025). Fenomena ini memperlihatkan pentingnya mengkaji peran media siber dalam mendorong keterlibatan aktif khalayak lewat berbagai praktik budaya partisipatif (Aini & Hidayah, 2025). Pada akhir tahun 2025, fenomena menarik muncul di kalangan penggemar K-Pop Indonesia melalui popularitas tagar #Ngortis di platform TikTok. Istilah lokal ini lahir dari hibridisasi kreatif yang menggabungkan nama boy group pendatang baru, CORTIS, dengan prefiks verba bahasa prokem Indonesia "Ng-". Meskipun sering distigmatisasi sebagai perilaku yang irasional atau histeris, nyatanya komunitas penggemar merupakan aktor produktif yang menantang dikotomi logika-emosi melalui berbagai praktik kreatif seperti penciptaan karya derivatif dan arsip digital (Pramesthi, 2025). Dalam kesehariannya, aktivitas ngortis mewujud dalam bentuk produksi konten kreatif komunal seperti video tari (*dance challenge*), peniruan bibir (*lip-sync*), hingga kurasi gaya busana (*outfit of the day*) berestetika streetwear *Y2K*—yang secara otonom digunakan sebagai penanda afeksi sekaligus bahasa bersama komunitas penggemar di ruang publik digital.

CORTIS sendiri resmi melakukan debut pada 18 Agustus 2025 di bawah naungan agensi BigHit Music (HYBE Corporation). Kehadiran grup baru ini langsung memicu perhatian besar di Indonesia, yang notabene merupakan pasar TikTok terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah pengguna aktif bulanan mencapai lebih dari 160 juta orang dan durasi konsumsi gawai yang sangat tinggi (Kemp, 2025). Di tengah tingginya penetrasi platform tersebut, tagar #Ngortis berhasil menghimpun hingga 3.676 postingan per 1 April 2026, dengan tingkat keterikatan komunal (*engagement*) yang sangat tinggi pada konten-konten terbaiknya. Pemanfaatan bahasa khas, simbol bersama, serta adopsi elemen kultural dalam ekosistem digital ini pada dasarnya bekerja sebagai instrumen solidaritas kelompok untuk menggerakkan perilaku kolektif dan mempertegas rasa kepemilikan kelompok bagi para anggotanya (Aini & Hidayah, 2025; Muslimah *et al.*, 2023; Ode & Armelsa, 2025). Daya tarik akademik dari penelitian ini terletak pada momentum atau jejak temporal kemunculan wacana tersebut. Tagar #Ngortis tumbuh secara organik selama periode "jeda institusional", yaitu masa liminal tiga bulan antara tanggal debut CORTIS (18 Agustus 2025) dan pengumuman nama *fandom* resmi, COER, oleh pihak agensi (25 November 2025). Sepanjang masa kekosongan acuan formal itu, komunitas penggemar secara mandiri mengonsolidasikan seluruh sistem penanda identitas sosialnya dari bawah (*bottom-up*), tanpa mendapat panduan atau keterlibatan resmi dari institusi industri hiburan. Untuk membedah kompleksitas tersebut, studi ini mengoperasikan metode Analisis Wacana Digital (Jones *et al.*, 2015) yang dikombinasikan bersama *Social Identity Theory* (Tajfel & Turner, 2004) dan kerangka Participatory Culture (Jenkins, 2006; Jenkins *et al.*, 2009). Ketiga pisau analisis ini diterapkan karena saling mengisi keterbatasan teoretis: AWD menyediakan instrumen struktural pembacaan data wacana siber (teks, konteks, aksi, ideologi); SIT menyediakan logika psikososial mengapa keanggotaan kelompok dianggap bernilai bagi konsep diri individu; dan *Participatory Culture* menjelaskan bagaimana kebutuhan psikososial tersebut diwujudkan secara konkret ke dalam praktik produksi konten kolektif (*produsage*) di ekosistem platform yang partisipatif. Beberapa kajian terdahulu mengenai dinamika identitas dan komunitas siber di Indonesia sebenarnya telah dilakukan dalam berbagai konteks. (Putri & Suksmawati, 2025) menerapkan metode Analisis Wacana Digital (AWD) untuk membedah tagar di Instagram, namun objeknya terbatas pada bingkai kontestasi politik lembaga formal.

Pada aspek ekspresi visual media sosial, Muflikhah *et al.* (2025) menemukan bahwa konstruksi identitas tren busana di TikTok bersifat reaktif terhadap algoritma dan cenderung mengarah pada representasi gaya individual pengguna. Di sisi lain, studi dari Mawardani & Sudrajat (2025) serta Simorangkir & Malika (2026) yang mengeksplorasi negosiasi identitas fans digital sepenuhnya masih tertuju pada basis kelompok penggemar (*fandom* K-Pop atau literasi) yang status strukturnya sejak awal sudah mapan dan dikontrol ketat oleh aturan institusi resmi. Melalui pemetaan celah penelitian (*gap analysis*) tersebut, terlihat bahwa belum ada penelitian komunikasi digital yang secara khusus menyoroti kapasitas otonom komunitas dalam melahirkan dan mempertahankan sistem identitas sosial mereka secara mandiri selama masa jeda institusional berlangsung. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana wacana digital tagar #Ngortis mengonstruksi identitas sosial komunitas penggemar CORTIS di platform TikTok.

E-ISSN: 2580-1643

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode Analisis Wacana Digital (AWD) yang mengacu pada kerangka konseptual Jones, Chik, dan Hafner (2015). Metode ini dipilih karena sangat efektif untuk mengurai bagaimana jalinan afiliasi dan identitas kolektif *fandom* dapat terbangun di ruang siber tanpa harus melibatkan interaksi fisik tatap muka secara langsung maupun keanggotaan administratif yang bersifat resmi. Melalui partisipasi massal dalam aktivitas penandaan digital siber ini, kelompok penggemar secara tidak langsung membentuk ruang komunal yang oleh Zappavigna (2011) diistilahkan sebagai *ambient affiliation*. Korpus dalam penelitian ini berfokus pada 5 video publik utama yang dipilih secara purposif dari 5 akun TikTok yang secara proaktif memproduksi konten kreatif bertagar #Ngortis selama masa pra-institusional kelompok pada periode Oktober–November 2025. Kelima akun representatif tersebut meliputi @seagulnoona, @your_egirl7, @azizahmiraaa, @yazri0_0, dan @_cortis180825. Penentuan unit analisis data ini didasarkan pada tiga pertimbangan utama, yaitu: (1) keaktifan unggahan naskah sepanjang masa liminal pra-institusional kelompok (Oktober–November 2025); (2) keterkaitan isi konten secara langsung dan eksplisit dengan pemanfaatan tagar #Ngortis; (3) keterwakilan ragam variasi genre konten di platform (mencakup video tari, pemajangan gaya busana atau OOTD, peniruan bibir, dokumentasi *gathering* fisik, hingga video edit bertema linguistik) guna menjamin keberagaman perspektif dalam pembacaan aliran wacana; serta (4) pemenuhan ambang keterlibatan minimal, yaitu 10.000 tayangan dan 100 komentar, guna memastikan volume data cukup untuk analisis wacana yang mendalam.

Tabel 1. Profil Korpus Data Penelitian

No	Nama Akun / Tanggal Unggah	Jenis Konten	Jumlah Tayangan & Komentar	Alasan Dipilih
1	@seagulnoona / 13 Oktober 2025	Kompilasi foto (estetika streetwear Y2K)	1,6 juta / 949	Memenuhi kriteria inklusi; merepresentasikan tahap kategorisasi sosial awal melalui penanda visual.
2	@your_egirl7 / 23 Oktober 2025	Video hiburan personal (dokumentasi belajar rap)	1,2 juta / 781	Memenuhi kriteria inklusi; merepresentasikan internalisasi mendalam praktik *ngortis* dan *mentoring* partisipatif horizontal.
3	@azizahmiraaa / 22 Oktober 2025	Video hiburan (rekrutmen komunal lintas generasi)	424.100 / 349	Memenuhi kriteria inklusi; merepresentasikan praktik rekrutmen dan perluasan komunitas secara organik.
4	@yazri0_0 / 14 November 2025	Dokumentasi aktivitas luring (karaoke/noraebang)	101.300 / 173	Memenuhi kriteria inklusi; melengkapi keragaman format partisipasi dengan aktivitas luring (*offline*).
5	@_cortis180825 / 24 November 2025	Video edit kreatif (jedag-jedug, tema linguistik)	480.300 / 975	Memenuhi kriteria inklusi; merepresentasikan respons komunitas atas pengumuman COER.

Proses analisis data kemudian dioperasikan secara bertahap melalui pembedahan empat komponen struktural AWD (Jones *et al.*, 2015) yang dikonversikan ke dalam pisau analisis identitas sosial (Tajfel & Turner, 2004). Langkah penelaahan tersebut dijabarkan melalui skema operasional berikut:

1) Komponen Teks
   Digunakan untuk membedah keseluruhan unit semiotik verbal, visual, hingga kinetik di dalam rekaman video serta tulisan teks untuk menelusuri bekerjanya tahap kategorisasi sosial kelompok.
2) Komponen Konteks
   Menempatkan posisi kronologis setiap masa unggahan video terhadap momentum pengumuman identitas *fandom* resmi COER pada 25 November 2025, sekaligus memetakan bagaimana bekerjanya pengaruh distribusi algoritmik platform terhadap perluasan jangkauan wacana.
3) Komponen Aksi dan Interaksi
   Meneliti pola tindakan interaktif penonton lewat fitur *likes*, *shares*, *comments*, *duet*, serta *stitch* yang diposisikan sebagai bentuk tindak tutur digital (*speech acts*) tempat berlangsungnya internalisasi nilai dalam tahap identifikasi sosial.

E-ISSN: 2580-1643

4) Komponen Ideologi dan Kekuasaan
Mengkritisi standar norma estetika visual kelompok serta logika kuasa algoritmik platform siber sebagai arena perbandingan sosial untuk meraih harga diri kelompok yang positif (*positive distinctiveness*).

Di samping itu, selain menganalisis video/konten dalam korpus penulis juga menganalisis komentar yang ada pada konten tersebut. Analisis komentar difokuskan secara purposif pada komentar yang secara eksplisit menunjukkan penanda kategorisasi sosial, praktik partisipatif, atau negosiasi identitas, sejalan dengan pendekatan analisis wacana yang menekankan kedalaman pembacaan makna di atas kuantitas data.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Komponen Teks

Berdasarkan hasil pemetaan unsur teks pada kelima korpus video TikTok yang diamati, ditemukan dua pola penanda utama yang bersirkulasi secara konsisten sebagai instrumen pembentuk identitas kelompok. Pada dimensi verbal, tagar #Ngortis digunakan secara masif di seluruh konten sebagai penanda eksklusif untuk mengelompokkan ruang percakapan digital di kalangan penggemar. Istilah ini merupakan hasil hibridisasi kreatif yang mengombinasikan nama *boy group* CORTIS dengan prefiks verba bahasa prokem Indonesia "Ng-", sebuah praktik linguistik yang lazim digunakan untuk menunjukkan keintiman dan keterlibatan aktif dalam suatu komunitas. Selain penggunaan tagar utama tersebut, akun @_cortis180825 memunculkan dan mempopulerkan tren frasa spesifik "GA NGORTIS GA GA-COER". Frasa ini merupakan bentuk permainan kata yang menggabungkan identitas #Ngortis dengan istilah gaul "gacor" sebagai simbol kekerenan atau keunggulan. Tren ini menyebar secara intensif di platform tepat sesaat menjelang hari pengumuman nama resmi kelompok penggemar, yang menunjukkan adanya upaya kolektif untuk menanamkan identitas organik sebelum identitas institusional disematkan oleh agensi. Sementara itu, pada dimensi visual-kinetik, unggahan dari akun @seagulnoona, yang berhasil mengumpulkan hingga 16,6 ribu *shares*, secara mandiri menampilkan standarisasi estetika busana *streetwear* Y2K. Kreator menggunakan klaim sebutan "remaja LA mentok" yang divisualisasikan melalui perpaduan pakaian longgar, aksesori mencolok, serta palet warna bumi yang konsisten. Kehadiran elemen visual ini tidak sekadar berfungsi sebagai konten estetis, melainkan sebagai instrumen kategorisasi visual yang mempertegas batasan antara anggota komunitas #Ngortis dengan pihak luar. Melalui sinkronisasi antara elemen verbal yang khas dan gaya visual yang terstandarisasi secara otonom, komunitas ini berhasil membangun basis identitas yang solid, kohesif, dan memiliki daya tawar simbolik yang kuat di ruang siber.



Gambar 1. Tangkapan layar konten @seagulnoona yang menampilkan standarisasi estetika streetwear Y2K dengan sebutan "remaja LA mentok" sebagai penanda kategorisasi visual komunitas #Ngortis

Di sisi lain, kekayaan teks visual juga ditunjukkan oleh akun @azizahmiraaa yang secara khusus mendokumentasikan interaksi edukatif berupa panduan beraktivitas ngortis yang diberikan kepada penggemar dengan usia yang lebih tua (generasi tante-tante). Sebagai pelengkap unsur visual-kinetik tersebut, akun @your_egirl7 menghadirkan dimensi gerak berupa video tiruan atau reproduksi gerakan koreografi menari dari lagu-lagu resmi milik CORTIS.

Komponen Konteks

Secara kronologis, seluruh konten dari kelima korpus yang diteliti diunggah secara padat dalam rentang waktu Oktober hingga November 2025. Periode ini menempatkan wacana tagar #Ngortis berada tepat di tengah masa jeda tiga bulan antara tanggal debut resmi CORTIS (18 Agustus 2025) dan pengumuman nama basis penggemar resmi COER oleh pihak agensi BigHit Music (25 November 2025). Seluruh penanda verbal dan visual dalam konten terbukti diproduksi secara mandiri oleh pemilik akun tanpa adanya rujukan formal dari agensi. Selain aspek temporal, penelusuran aspek konteks juga menunjukkan adanya peran aktif dari sistem distribusi *For You Page* (FYP) TikTok. Konten video dari akun @seagulnoona dan @azizahmiraaa sebagai contoh, yang tercatat memiliki basis pengikut (*followers*) relatif terbatas, terbukti mampu menembus sistem distribusi platform hingga menjaring total tayangan mencapai ratusan ribu kali secara luas melampaui jaringan pengikut organiknya.

E-ISSN: 2580-1643



Gambar 2. Tangkapan layar search bar "ngortis artinya apa" yang muncul pada kolom komentar konten @seagulnoona sebagai indikator distribusi algoritmik For You Page (FYP) TikTok yang melampaui jaringan pengikut organik creator

Komponen Aksi-Interaksi

Kelima korpus video menunjukkan keterlibatan publik yang tinggi melalui pemanfaatan fitur interaktif platform, terutama tampak pada kolom komentar akun @your_egirl7.



Gambar 3. Tangkapan layar kolom komentar konten @your_egirl7 yang mendokumentasikan praktik mentoring horizontal berupa pertukaran tips pelafalan lirik rap anggota CORTIS antarpartisipan

Analisis pada komponen aksi dan interaksi menunjukkan adanya partisipasi aktif pengguna yang berfokus pada pertukaran informasi dan kemampuan teknis di platform. Hal ini terlihat jelas pada kolom komentar akun @your_egirl7 yang mengunggah video *POV* menghafal lirik rap salah satu anggota grup di hari ke 30. Unggahan tersebut memicu respons dari ratusan penonton yang secara sukarela memenuhi kolom komentar untuk membagikan tips pelafalan lirik yang cepat, hingga bertukar tutorial belajar rap secara mandiri. Aktivitas horizontal ini menunjukkan adanya ruang belajar bersama di mana sesama pengguna saling memberikan bimbingan (*mentoring*) kultural tanpa adanya instruksi dari pihak luar.

Komponen Ideologi dan Kekuasaan

Analisis aspek ideologi mengungkapkan adanya standar nilai normatif yang berlaku implisit sebagai etos komunitas. Penggemar secara konsisten mengonstruksi pemahaman bahwa "penggemar yang autentik" bukan sekadar konsumen pasif, melainkan individu yang secara mandiri melakukan kurasi estetika komunitas melalui frasa seperti "nihil kosmetik tebal" dan "LA total". Kriteria estetika tersebut berfungsi sebagai penanda ideologis yang membedakan identitas #Ngortis dari kelompok penggemar lain, sekaligus menegaskan superioritas komunal yang berbasis pada keahlian praktik budaya mandiri. Terkait aspek kekuasaan, pengumuman identitas resmi COER oleh agensi pada 25 November 2025 direspons oleh akun @_cortis180825 melalui sirkulasi frasa "GA NGORTIS GA GA-COER", yang secara linguistik merupakan permainan kata dari istilah gaul "gacor" sebagai penanda kekerenan, namun diunggah tepat menjelang momen pengumuman tersebut. Kemunculan frasa ini pada momentum tersebut bukan ekspresi penolakan terhadap identitas resmi yang baru, melainkan sebuah narasi peleburan yang menempatkan pengalaman organik #Ngortis dan identitas institusional COER sebagai satu kesinambungan yang tak terpisahkan. Komunitas tidak mempertentangkan dua nama tersebut, melainkan menyatukannya ke dalam satu klaim: bahwa menjadi COER yang sesungguhnya mensyaratkan rekam jejak ngortis yang sudah lebih dulu ada.



Gambar 4. Tangkapan layar konten @_cortis180825 yang memunculkan frasa "GA NGORTIS GA GA-COER" sebagai narasi peleburan antara identitas organik #Ngortis dan identitas institusional COER

3.2 Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa tagar #Ngortis bukan sekadar tren sesaat, melainkan mekanisme

E-ISSN: 2580-1643

berlapis yang mengonstruksi identitas sosial penggemar. Sinergi antara logika Participatory Culture dan Social Identity Theory (SIT) menjadi kunci dalam memahami pola ini. Pada kelompok usia 13-24 tahun, fase pencarian jati diri ini secara psikologis menuntut pengakuan kolektif yang kemudian diwujudkan melalui afiliasi kelompok (Tajfel & Turner, 2004). Menariknya, "jeda institusional" selama tiga bulan setelah grup debut justru menjadi lahan subur bagi komunitas untuk membangun identitasnya secara *bottom-up*. Tanpa instruksi dari agensi, penggemar terdorong melakukan kategorisasi sosial mandiri—sebuah strategi otonom untuk menegaskan keberadaan mereka di tengah kekosongan otoritas formal. Kategorisasi awal tersebut kemudian mengental menjadi identitas yang lebih dalam melalui interaksi di TikTok. Platform ini memberikan ruang bagi Participatory Culture yang rendah hambatan, di mana setiap kontribusi anggota dianggap memiliki bobot (Jenkins *et al.*, 2009). Praktik mentoring belajar rap di kolom komentar akun @your_egirl7 adalah contoh nyata bahwa aktivitas penggemar telah melampaui batas konsumsi media pasif; ini adalah ruang belajar informal yang kolektif. Dalam pisau analisis Analisis Wacana Digital, interaksi ini adalah tindak tutur digital yang mengubah kategorisasi kognitif menjadi bentuk identifikasi yang nyata (Jones *et al.*, 2015). Seperti yang diamati (Harwood, 2020), praktik penggemar seperti #Ngortis kini bukan sekadar aktivitas, melainkan ekspresi diri yang melekat dalam identitas penggemar.

Dalam ekosistem TikTok, keanggotaan tidak melulu dibuktikan dengan intensitas percakapan langsung di kolom komentar, melainkan melalui keterlibatan kolektif dalam arus konten yang disajikan. Hal ini menciptakan bentuk solidaritas yang cair, di mana penggemar merasa terlibat hanya dengan menonton dan memberikan apresiasi visual tanpa harus terlibat dalam diskusi panjang. Ikatan sosial dalam komunitas #Ngortis tidak lagi bergantung pada percakapan dua arah yang sinkron, melainkan terbangun melalui *ambient affiliation*. Anggota komunitas merasa terhubung dan 'hadir' di ruang sosial yang sama hanya dengan berpartisipasi dalam alur konten TikTok yang repetitif, sebuah bentuk keterikatan yang semakin lazim dalam lanskap media sosial kontemporer (Zappavigna, 2015). Kondisi ini menegaskan bahwa keberlangsungan identitas #Ngortis sangat ditopang oleh rutinitas konsumsi konten yang dilakukan secara serentak oleh para anggotanya. Ketahanan identitas komunitas ini semakin terlihat saat mereka berhadapan dengan label resmi COER. Komunitas menerapkan kreativitas sosial (*social creativity)* dengan terus mempertahankan standar "keautentikan" estetika yang terwujud seperti frasa "nihil kosmetik tebal"—sebagai penanda superioritas dibandingkan *fandom* lain (Tajfel & Turner, 2004). Fenomena kepatuhan penggemar terhadap arahan tertentu dalam komunitas, sebagaimana ditemukan dalam riset ini, sejalan dengan temuan Pramesthi, (2025) yang menyatakan bahwa pengaruh tokoh dominan dalam *fandom* sering kali diterima tanpa kritik karena dianggap sebagai bagian dari logika kultural komunitas yang membangun solidaritas. Slogan "GA NGORTIS GA GA-COER" adalah bentuk negosiasi yang cerdas. Alih-alih menolak label dari agensi, komunitas justru "menelan" label tersebut dan mensyaratkan pengalaman organik #Ngortis sebagai prasyarat utama untuk menjadi penggemar yang diakui.

Penelitian ini memperkaya diskursus *fandom* digital di Indonesia. Temuan ini membedakan diri dari riset Mawardani & Sudrajat (2025) serta Simorangkir & Malika (2026) yang lebih menyoroti *fandom* dengan struktur yang sudah mapan dan terkontrol agensi. Sebaliknya, penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi identitas dari "titik nol" justru menghasilkan sistem penanda yang lebih organik. Jika Muflikhah *et al.*, (2025) memandang estetika di TikTok sebagai sesuatu yang personal dan sekadar reaktif terhadap algoritma, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks *fandom*, estetika individual justru dikonversi menjadi penanda keanggotaan kolektif. Lebih jauh, penelitian ini mengukuhkan bahwa instrumen Analisis Wacana Digital (Jones *et al.*, 2015) sangat produktif untuk membedah wacana kultural yang lahir dari akar rumput, bukan hanya wacana formal. Dengan demikian, periode pra-institusional terbukti menjadi kondisi determinan yang melahirkan karakter komunitas yang lebih tangguh dan memiliki agensi kuat di ruang digital.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menjawab tujuan mengenai bagaimana wacana digital tagar #Ngortis mengonstruksi identitas sosial komunitas penggemar CORTIS di TikTok. Konstruksi identitas tersebut terbentuk secara berlapis melalui integrasi empat komponen analisis wacana digital, yang mencakup kategorisasi sosial berbasis penanda teks dan konteks, hingga penguatan identifikasi melalui praktik aksi-interaksi serta legitimasi ideologis. Di sisi lain, TikTok terbukti menjadi ruang yang memungkinkan identitas kolektif fandom lahir dan bertahan secara mandiri sebelum adanya pengesahan institusional, sehingga menjadikan periode pra-institusional sebagai arena konstruksi identitas yang paling produktif dan otentik. Selain itu, temuan ini juga memvalidasi efektivitas narasi "GA NGORTIS GA GA-

E-ISSN: 2580-1643

COER" sebagai jembatan identitas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi komparatif longitudinal guna melacak dinamika identitas komunitas setelah pengumuman nama fandom resmi, serta menguji apakah modal simbolik yang dibangun pada masa pra-institusional mampu bertahan atau justru tergerus oleh standardisasi institusional dalam jangka panjang.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada afiliasi penulis 1 & penulis 2 atas dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses penulisan dan penyusunan penelitian, komunitas penggemar CORTIS Indonesia di TikTok yang praktik digitalnya menjadi subjek penelitian ini, perangkat bantu dalam proses penyuntingan Bahasa dan pemformatan naskah sesuai *template*, serta kepada para pihak yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

Aini, Q., & Hidayah, N. (2025). A literature review on the impact of the K-Pop phenomenon on media consumption patterns and cultural identity among students. *SOCIOSPHERE Journal of Interdisciplinary Social Science, 1*(1), 20–30.

Harwood, J. (2020). Social identity theory. Dalam *The international encyclopedia of media psychology* (hlm. 1–7). https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0153.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. NYU Press.

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.

Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. (2015). *Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age* (edisi ke-1). Routledge.

Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Global overview report.*

Mawardani, H. A., & Sudrajat, A. (2025). Hibriditas budaya dalam fandom K-Pop: Konstruksi identitas kolektif penggemar di era digital Indonesia. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 12*, 66–78.

Muflikhah, A., Vega, F. D., Setiawan, P. D., Faizal, A. R., Putra, P., & Zaimasuri. (2025). Analisis konstruksi identitas melalui tren dress well di TikTok. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 8*(2).

Muslimah, I. H. P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). Identitas sosial dan perilaku prososial pada anggota fandom K-Pop. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS), 3*(1), 310–320. https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21061.

Ode, F., & Armelsa, D. (2025). Implementasi pembentukan komunikasi penggemar K-Pop di aplikasi X: Studi kasus pada komunitas di akun @NCT Indonesia. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin, 4*(01), 914–921.

Pramesthi, J. A. (2025). Strata as a fangirl: How K-Pop influencers create a new culture in fangirling. *Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 8*(2), 715–721. https://doi.org/10.34007/jehss.v8i2.2877.

Putri, H. D., & Suksmawati, H. (2025). Analisis wacana digital terhadap #LaporMasWapres dalam reputasi Gibran melalui media sosial Instagram. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan), 8*(11), 12954–12958.

Simorangkir, K., & Malika, N. (2026). Negosiasi identitas fans Tere Liye dalam #Booktok Indonesia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi, 18*(1), 55–77.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. Dalam *Political psychology* (edisi ke-1, hlm. 276–293). Psychology Press.

Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New Media and Society, 13*(5), 788–806. https://doi.org/10.1177/1461444810385097.

Zappavigna, M. (2015). Searchable talk: The linguistic functions of hashtags. *Social Semiotics, 25*(3), 274–291. https://doi.org/10.1080/10350330.2014.996948.