

Konstruksi Identitas Gaya Hidup Selebgram di Media Sosial Instagram

(Studi Kasus Selebgram @Ameliaelle)

Dwitriani Ulfi Rifqiningsih

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,

Universitas Negeri Surabaya

Dwitriani.17041184083@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan identitas gaya hidup selebgram yang dilakukan oleh selebgram @ameliaelle melalui aktivitas kesehariannya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi identitas dari J.M. Baldwin dan teori mengenai gaya hidup menurut Kotler dan Armstrong. Pendekatan penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dengan melihat fenomenologi dari new media dan konstruktivis. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa model interaktif dari Huberman dan Miles. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah Amalia sebagai selebgram pemilik akun Instagram @ameliaelle. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk gaya hidup Elle sebagai selebgram mendapatkan banyak pengikut dan menjadikan Elle sebagai referensi gaya hidup. Proses konstruksi identitas dibangun melalui lingkungan sosial yang dibentuk secara sengaja di akun Instagram miliknya, dan lingkungan tersebut terdiri dari teman-temannya saja. Kemudian, lingkungan sosial sudah terbentuk, konsep diri seorang Elle dibangun secara natural dengan hanya melakukan kegiatan sehari-harinya saja yang kemudian di unggah di Instagram. Sedangkan, gaya hidup diolah melalui faktor internal yaitu sikap sebagai tujuan membangun nilai yang ada pada dirinya sehingga menghasilkan citra baik, pengalaman dan pengamatan dilakukan karena adanya pengulangan dalam aktivitasnya sehingga menghasilkan kesan menarik diantara pengikut Instagram miliknya, kepribadian dibentuk melalui kebiasaan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, konsep diri pada dirinya dalam menyampaikan pesan tidak dibentuk untuk mempersuasi namun dapat menghayalkan pengulas Instagram, motif dirinya adalah pesan yang disampaikan, dan persepsi menghasilkan citra sebagai selebgram. Selanjutnya, saran sebagai penelitian selanjutnya diharapkan dapat memahami konstruksi identitas dalam gaya hidup.

Kata kunci : konstruksi identitas, gaya hidup, selebgram Instagram

Abstract

This study aims to find out how the process of forming the identity of the celebrity lifestyle is carried out by the celebrity @ameliaelle through their daily activities. The theory used in this study is the theory of identity construction from J.M. Baldwin and the theory of lifestyle according to Kotler and Armstrong. The research approach used is a qualitative approach by looking at the phenomenology of new media and constructivists. The data analysis technique in this study uses an interactive model analysis technique from Huberman and Miles. Data collection techniques were carried out by means of observation and interviews. The informant in this study was Amalia as the celebgram owner of the Instagram account @ameliaelle. The results showed that Elle lifestyle as a celebrity got many followers and made Elle a lifestyle reference. Her identity construction process is built through a social environment that is intentionally formed on her Instagram account, and the environment consists of her Instagram account, and the environment consists of her friends only. Then, the social environment as been formed, the self-concept of an Elle is built naturally by only doing her daily activities which are then uploaded on Instagram. Meanwhile, lifestyle is processed through internal factors, namely attitude as a goal to build the values that exist in her so as to produce a good image, experiences and observations are made because of repetition in her activities so as to produce an attractive impression among her Instagram followers, personality is formed through habits in carrying out daily activities. Self-concept in conveying messages is not shaped to be persuasive but can generate Instagram followers, her motives are the messages conveyed, and perception produces an image as a celebrity. Further, suggestions for research are expected to understand the construction of identity in lifestyle.

Key words : identity construction, lifestyle, celebrity Instagram.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman semakin hari terus berkembang dengan sangat pesat, sehingga teknologi pada sistem komunikasi yang semakin maju dan memudahkan masyarakat untuk melakukan interaksi pesan sosial. Perubahan dari perkembangan teknologi komunikasi sampai saat ini, membawa pengaruh yang besar bagi banyak orang.

Kemudahan dalam mengakses sistem komunikasi tersebut melalui muncul beragam media sosial sehingga semua orang menggunakannya dengan cara berinteraksi atau mencari hiburan melalui dunia maya. Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari teknologi. Pada artikel kominfo.go.id berjudul “Dirjen PPI: Survey Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital” oleh Iroso (2020) mendapatkan data dari hasil survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 mencapai 196,7 juta pengguna dan jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen naik atau 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna. Melihat dari jumlah angka tersebut, masyarakat memanfaatkan internet sebagai kebutuhan dalam mencari informasi atau mendistribusikan informasi dan melalui media sosial. Tidak hanya dalam menerima dan mendistribusikan pesan, media sosial juga kerap kali dimanfaatkan untuk mengisi waktu luang atau menggunakan untuk bermain *game*.

Media sosial merupakan bagian dari media baru (*new media*). Cara bekerja media ini adalah dengan melakukan interaksi pesan secara tidak langsung antar individu atau antar kelompok, interaksi pesan dengan cara disebar (*broadcast*) atau dibagi (*share*) (Antony, 2008). Masyarakat Indonesia gemar mengakses media sosial setiap harinya, dari beberapa pilihan media sosial, yang paling banyak di akses versi www.Bimelon.com. adalah Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Whatsapp, Google plus, dan Line, dan Instagram menduduki posisi ke 3 dengan akses terbanyak oleh masyarakat Indonesia (Prasetya, 2017). Menurut Nielsen Instagram telah menduduki peringkat yang lebih tinggi dibanding Twitter dalam 10 aplikasi terpopuler pada perkembangan teknologi saat ini. Instagram telah dilihat oleh 32 juta orang perbulan, lebih tinggi jika dibandingkan dengan Twitter sebanyak 30.8 juta orang (Nielsen, 2015). Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, pertumbuhan Instagram tercepat dalam penggunaannya, dan memiliki angka peningkatan hingga 66% (Yasundari, 2016). Saat ini

Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang paling populer dan banyak digunakan dari berbagai kalangan masyarakat.

Aktivitas yang dapat dilakukan pada aplikasi Instagram yaitu, pemilik akun mengunggah foto, membagikan video singkat melalui fitur Instagram story, memberi tanda “like”, melakukan interaksi pesan pada kolom komentar, atau melihat unggahan milik akun lain. Instagram hadir pada 6 Oktober tahun 2010, dan saat itu, Instagram belum banyak diminati oleh pengguna media sosial. Seiring berkembangnya fitur di Instagram pada tahun 2015 jumlah pengguna Instagram telah mencapai 7% dari total seluruh pengguna internet di Indonesia (Lukman, 2015). Dalam pemanfaatan Instagram, kerap kali dijadikan ajang untuk hiburan masyarakat karena menonjolkan sisi kreatif dalam seni fotografi dan seni videografi, sehingga siapapun yang melihat dapat memberikan umpan balik dengan mengikuti atau memberikan pesan pada kolom komentar pada unggahan akun Instagram tersebut. Semakin banyak jumlah pengikut dan mendapatkan tanda “like” dalam satu akun, seseorang bisa menjadi terkenal di media sosial dan dapat dikatakan sebagai selebriti Instagram (Krisnawati, 2016:181).

Instagram merupakan media sosial dimana penggunaanya dapat melakukan interaksi pesan secara tidak langsung, pengguna melakukan interaksi pesan melalui fitur *direct message* atau saling memberikan komentar dari unggahan video atau foto dalam fitur kolom komentar, dapat memperluas jaringan pertemanan, walaupun pada sebagian besar di antara penggunanya belum pernah mereka temui secara langsung. Para pengguna *gadget* saat ini cenderung memanfaatkan media sosial Instagram, untuk mendapatkan referensi seperti perkembangan busana atau gaya berpakaian, atau sekedar mencari informasi lokasi tempat nongkrong terbaru. Instagram mendominasi dunia maya dalam kehidupan sehari-hari mereka, tetapi mereka tidak menyadari dampak negatif terhadap hubungan interpersonal pada kehidupan sosial mereka. Seperti yang kita ketahui bersama, perkembangan teknologi mau tidak mau membawa dampak negatif, terutama Instagram yang sangat populer di kalangan anak muda di era sekarang ini (Bambang, 2012:5).

Instagram dapat memberikan referensi mengenai gaya hidup seseorang kepada individu lain dan kemudian mendapatkan pengakuan dari gaya hidup tersebut. Gaya hidup adalah sesuatu yang akan selalu ada dan dipraktikkan oleh orang-orang di sekitarnya, karena dengan cara ini mereka akan mendapatkan gaya hidup yang mereka inginkan, sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri, tanpa harus

mempertimbangkan orang lain, lebih tepatnya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh sebagian remaja yang masih melihat *trend* dalam gaya hidup, *trend* gaya hidup yang terjadi saat ini atau masa depan, lebih dikenal sebagai gaya hidup *modern*. Gaya hidup yang sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi, dimana Instagram merupakan media sosial yang mendukung untuk melakukan segala aktifitas yang mempengaruhi gaya hidup individu melalui berbagai bidang. Sampai saat ini faktor yang mempengaruhi sosial media Instagram yaitu berupa unggahan foto atau video, sehingga menjadi tolak ukur bagi pengguna untuk memperlihatkan gaya hidupnya, baik dari segi fesyen, kuliner, maupun kegiatan lainnya yang mendukung gaya hidup sebuah remaja.

Ketergantungan masyarakat kepada *gadget* dan teknologi, membuat masyarakat Indonesia dari berbagai profesi menumbuhkan citra individu, dengan memanfaatkan media sosial. Untuk kebutuhan sosial dan profesional, pemilik akun menampilkan aktivitas mereka terhadap ketertarikannya pada bidang tertentu. Saat ini banyak pengguna Instagram memiliki jumlah pengikut (*followers*) yang tidak sedikit, hal tersebut dikarenakan cara akun tersebut dalam mempresentasikan dirinya di Instagram dinilai memiliki keunikan dan memberikan contoh baik untuk pengguna akun lainnya. Akun yang memiliki keunikan, dengan menampilkan referensi gaya hidup dikenal dengan Selebgram atau Selebritis Instagram. Selebgram adalah istilah untuk pengguna akun Instagram terkenal di situs jejaring sosial tersebut. Istilah selebgram berasal dari kata selebritis dan Instagram yang dapat dipahami sebagai selebritis yang terkenal di Instagram (Anggiany, 2016). Pada dasarnya selebritis adalah seseorang yang menjadi pusat perhatian orang lain terhadap apa yang dilakukannya, sehingga orang tersebut menjadi menarik untuk diikuti, diidolakan, dan menjadi pusat perhatian.

Begitu pula dengan selebgram, selebgram menjadi pusat perhatian karena menjadi sebuah keunikan dalam kesehariannya. Popularitas selebgram didukung dengan aktivitasnya sebagai bintang iklan dalam sebuah *brand* (penerima endorse) dari kegiatan promosi iklan suatu produk atau jasa.

Pembentukan gaya hidup selebgram, dilihat dengan cara dirinya mengekspresikan identitas melalui unggahan konten mereka pada akun Instagram pribadinya. Keunikan identitas yang telah dibentuk memberikan kesempatan selebgram dengan memanfaatkan keunikan dirinya dengan menerima

endorse sebagai bentuk promosi suatu produk. Endorse saat ini sudah menjadi salah satu penghasilan bagi selebgram. Selebgram akan memasang tarif untuk produk yang akan mereka promosikan. Melalui unggahan pada akun Instagram pribadinya, akan menarik para *followers* melihat atau merespon dengan membeli produk yang di promosikan.

Rizky Amelia merupakan selebgram dengan nama akun Instagram @Ameliale. Amelia merupakan selebgram yang memiliki keunikan pada dirinya sehingga mendapatkan kesan baik pada masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pengikut akun Instagram miliknya. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 583 ribu pengikut. Pada halaman akun Instagram miliknya, Amelia mencantumkan nomer kontak untuk *brand* yang ingin melakukan kerjasama bisnis dengan dirinya. Selain itu, akun nya menggambarkan pada perkembangan busana pakaian dan gaya hidup. Tidak hanya itu, Amelia juga memiliki bisnis sendiri dengan mencantumkan alamat website brand di akun Instagram miliknya. Dengan memanfaatkan ketenaran dirinya sendiri kemudian mencantumkan produk miliknya pada bio akunnya.

Cara berpakaian Amelia dibalut dengan hijab menjadi referensi gaya berpakaian bagi kalangan wanita berhijab. Cara yang menarik disini adalah, selain gaya berpakaian Amelia yang dapat ditiru dengan mudah, ternyata pakaian tersebut merupakan produk dari usahanya dengan model produk yaitu dirinya sendiri.

Citra baik yang ditimbulkan oleh dirinya, membuat akun Instagram *brand* miliknya memiliki *followers* sebanyak 122ribu. Selain itu, *brand* yang melakukan kerjasama dengan Amelia sudah sangat banyak. Diantaranya beberapa brand ternama seperti Channel dan Jo Malone dengan jenis produk parfum. Selain itu, dalam merepresentasikan gaya hidup pada aspek pariwisata, Amelia mengunggah liburannya ke beberapa tempat. Secara tidak langsung langkah tersebut memperkenalkan tempat-tempat yang tidak banyak diketahui oleh banyak orang, ketika mengunggah hasil foto atau video di akun Instagram, ditambahkan deskripsi untuk memperjelas makna dari unggahan tersebut. Amelia menggunakan bahasa dengan gaya keseharian yang mudah dimengerti oleh *followers* Instagramnya.

Media sosial merupakan media dengan layanan yang telah menjadi tempat untuk mengekspresikan ide, tanggapan, ide, opini, hiburan, inspirasi, mengemukakan aktivitas gaya hidup yang telah terjadi. Hal ini selebgram cukup

banyak menarik perhatian. Instagram sendiri menjadi alternatif cara untuk menjadikan sarana pada dunia maya dan digandrungi oleh berbagai kalangan khususnya di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam melihat konten selebgram.

Rizky Amelia atau kerap disapa elle adalah selebgram yang berasal dari Kota Malang. Elle merupakan salah satu selebgram yang aktif di media Instagram sejak tahun 2013. Pemanfaatan media sosial ini dibutuhkan Elle sebagai selebgram dalam menumbuhkan citra baik untuk dirinya agar dapat mempresentasikan dirinya kepada masyarakat. Jumlah unggahan sebanyak 329 dengan 782 *following*. Akun @Ameliaelle mendapatkan lebih dari ribuan *likes*, ribuan *views* pada vidionya dan ratusan komentar disetiap unggahan.

Alasan Elle di kenal sebagai selebgram karena konten-konten yang di unggah bisa menarik perhatian melalui tempat yang di kunjungi nya atau melalui produk yang diiklankan nya. Selain itu, dengan konsep akun Instagram yang menarik, membuat *followers* yang berkunjung kehalaman Instagram Elle diberikan cara untuk mengolah tampilan akun Instagram.

Jurnal Silvi Mefita dan Much Yulianto, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro dengan judul “Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram AwKarin)”. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa fenomena gaya hidup selebgram Awkarin sebagai suatu hal yang berlebihan dan diluar batas wajar. Karena Awkarin dinilai sudah melanggar norma yang berlaku dalam menggunakan media sosial Instagram. Informan dalam penelitian juga memaknai akun media sosial Instagram selebgram Awkarin sebagai media yang berlebihan karena Awkarin sering menunggah konten yang sangat vulgar yang memberikan dampak buruk kepada followersnya sehingga followersnya meniru gaya hidup Awkarin yang dinilai sangat hedonis dan vulgar.

Perbedaan Penelitian ini dengan jurnal Silvi Mefita dan Much Yulianto yakni jurnal Silvi Mefita dan Much Yulianto objek yang di teliti ada Selebgram Awkarin, sedangkan penelitian ini menggunakan selebgram Ameliaelle membentuk identitas diri dalam gaya hidupnya. Kesamaan dalam kedua penelitian yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan media sosial Instagram.

Elle memperlihatkan aktivitas kesehariannya menampilkan gaya berpakaian, memberikan

informasi tentang kuliner, memberikan gaya promosi suatu produk saat mengunggah Instagram story. Elle mengunggah konten dengan menampilkan produk-produk sebagai bentuk promosi sebuah brand produk tersebut, karena popularitas Elle di media social Instagram dapat mempengaruhi *followers* nya. Oleh karena itu, peneliti tertarik lebih dalam untuk melihat identitas gaya hidup Elle dalam memanfaatkan media sosial Instagram dengan melihat bagaimana Elle membentuk diri sebagai seorang selebgram melalui aktivitas dari kesehariannya. Berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Elle sebagai selebgram, dengan akun Instagram @ameliaelle yang berjudul “**Konstruksi Identitas Gaya Hidup Selebgram di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram @Ameliaelle)**”

METODE

Dilihat dari jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bodgan yang dikutip oleh Lexy J. Moleong (2009), metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Pendekatan kualitatif adalah sebuah metode yang diartikan untuk memahami suatu konstruksi identitas gaya hidup selebgram di media sosial Instagram pada akun Instagram selebgram @Ameliaelle tentang apa yang telah representasikan oleh Ameliaelle misalnya, gaya hidup, persepsi, perilaku, tindakan dan lain secara utuh dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata dan bahasa.

Penelitian kualitatif, terbagi dari beberapa jenis penelitian yang telah ditentukan melalui sebuah fenomena dengan perkembangan saat ini. Penelitian kualitatif yang terdapat dalam peneliti ini yaitu, peneliti menggunakan jenis studi kasus dimana jenis ini menggunakan konstruktivis. Alasan peneliti memilih penelitian kualitatif ini dikarenakan dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan sebuah obyek kajian dengan menjelaskan dan memahami inti dari pengalaman sebuah fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti menekankan suatu studi kasus yakni suatu pengalaman yang dilakukan oleh selebgram khususnya selebgram Ameliaelle dalam mengkonstruksikan diri pada fenomena gaya hidup selebgram di Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. KONTRUKSI IDENTITAS

1) LINGKUNGAN SOSIAL

Awal mula tercipta lingkungan Amelia pada akun media social Instagram dengan memiliki following dan followers yang dengan sengaja dibentuk oleh dirinya. Lingkungan social yang dibentuk dengan sengaja oleh Amelia awal mula hanya sebagai pertemanan sewajarnya pada media social Instagram. Amelia tidak dengan sengaja membentuk agar akun Instagram nya memiliki banyak jumlah pengikut. Hanya sekedar teman dekat nya, untuk berbagi informasi melalu unggahan pada masing-masing akun Instagram. Namun, untuk menggunakan media social Instagram adalah cara yang dengan sengaja dilakukan oleh Amelia, sebagaimana individu lain pada umumnya. Dari awal menggunakan akun media social Instagram ini, Amelia juga menggunakan nya seperti saat ini terjadi, dengan mengunggah rutinitas nya sebagai konten di Instagram. Mengunggah rutinitas tersebut yang dilakukan secara berulang-ulang hingga saat ini, dan tidak ada pembeda dari awal menggunakan akun Instagram milik nya. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) lingkungan social terbentuk melalui empat aspek dalam konstruksi social. *Pertama* “*Self*” yang dimaksud sebagai diri sendiri dan merupakan sebagai konsep awal yang secara aktif dan tersusun rapi. Atas dasar hal tersebut, lingkungan berkembang sesuai dengan konsep yang telah dibentuk sehingga menjadikan individu tersebut berkembang dengan aktif dalam proses konstruksi identitas pada lingkungan social.

Lingkungan dikembangkan dengan mengikuti beberapa akun Instagram seperti akun Instagram sebuah produk atau akun Instagram seorang artis. Untuk mencari referensi mengenai kesukaan nya, atau sebagai menambahkan ragam tampilan pada akun Instagram nya, Amelia menambahkan following nya dengan mengikuti beberapa akun Instagram lain. Dengan fitur yang sudah ada sebelum nya di Instagram yaitu *tag*, Amelia menggunakan fitur tersebut ketika mengunggah konten Instagram nya pada saat menggunakan suatu produk yang dia sukai. Sudah pasti, pada saat itu hal tersebut dilakukan Amelia tidak ada permintaan dari siapapun seperti promosi produk, tetapi karena memang Amelia menggunakan produk tersebut sebagai penunjang aktivitas nya. Produk tersebut seperti pakaian, atau konsep dekorasi rumah. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) lingkungan social terbentuk melalui tiga aspek dalam konstruksi social. *Kedua*, “*Self*” tidak ada ketika pada saat dirinya baru lahir dan muncul ketika sudah mulai

berkembang pada lingkungan tertentu. Jika individu baru pertama kali berada pada lingkungan social yang ada, konsep untuk memaparkan cara konstruksi identitas tersebut tidak langsung ada tercipta, perlu dilakukan beberapa cara sebagai factor pendukung kuat agar dapat konsep tersebut dapat berkembang. Konsep konstruksi identitas juga diperlukannya gambaran individu lain sebagai referensi dari perkembangan konstruksi identitasnya.

Rutinitas yang di unggah membuat pembentukan lingkungan social pada Instagram berkembang secara terus menerus. Tidak ada sesuatu yang dibuat-buat yang sengaja dijadikan konten untuk di unggah oleh Amelia. Semua yang ditampilkan pada akun Instagram Amelia memberikan contoh bahwa suatu rutinitas dapat terlihat menarik dan memiliki pengikut yang selalu memperhatikan kegiatan nya. Rutinitas keseharian seperti saat menggunakan pakaian pada saat aktivitas, berkunjung kesuatu tempat, menggunakan produk tertentu adalah aktivitas Amalia sebagaimana yang dilakukan nya. Hal tersebut memberikan ketertarikan banyak orang, karena dari awal menggunakan media social Instagram tersebut melakukan hal seperti itu hingga saat ini. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) lingkungan social terbentuk melalui tiga aspek dalam konstruksi social. *Ketiga*, “*Self*” merupakan suatu produk tertentu dari lingkungan social. Menggambarkan individu sebagai sesuatu hal yang menarik. Dikatakan sebagai produk karena memiliki penggemar tersendiri sehingga ada yang meniru dan mengikutinya. Jika dikembangkan dengan sendiri nya bahwa individu tersebut yang menjadi sebuah produk dalam lingkungan social, perlu terus melakukan kegiatan agar mempertahankan nilai dari suatu produk tersebut. Dalam artian, jika dikatakan sebagai selebgram, perlu memiliki kestabilan perilaku agar menimbulkan kesan yang baik kepada pengikutnya, dan berkaitan dengan followers Instagram nya.

Amalia melakukan interaksi dengan lingkungan social di akun Instagram. Sampai saat ini, tidak hanya dengan menggunakan cara mengikuti akun Instagram lain atau produk lain untuk mendapatkan referensi mengenai hal tertentu. Melakukan interaksi social dengan lingkungan membuat individu terus berkembang karena menampung dari beberapa sudut pandang yang sudah ada. Interaksi juga menjaga lingkungan social tersebut tetap kondusif, tidak ada kesenjangan yang menimbulkan penilaian buruk terhadap individu tersebut. Kolom komentar atau fitur direct message menjadi salah satu cara interaksi pesan dilakukan, selain dapat bertukar pikiran mengenai konsep tertentu, pengikut Instagram Amalia juga akan merasakan dianggap kebereadaannya. Interaksi yang

kemudian ditampilkan kembali melalui unggahan konten Instagram, akan menjadi suatu informasi untuk pengikut Instagram lainnya. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) lingkungan social terbentuk melalui tiga aspek dalam konstruksi social. *Ketempat*, "*Self*" terbentuk dan stabil sebagai hasil interaksi dengan lingkungan social. Sebagai contoh jika pada lingkungan keluarga, lingkungan social terjadi antara ayah, ibu, kakak, adik, tetapi jika pada dunia maya, interaksi akan terjadi oleh siapapun dan arena apapun. Semua terjadi begitu cepat dan dengan terbuka dapat mengutarakan mengenai konsep dirinya masing-masing.

Lingkungan social dibentuk Amalia di akun Instagram sengaja dibentuk oleh dirinya sehingga menghasilkan konsep besar sebagai selebgram saat ini. Berawal dari dirinya sendiri yang senang mengunggah rutinitas kesehariannya sebagai konten aku Instagram nya. Hal tersebut tanpa sadar menjadi sebuah konsep dalam membangun dan menampilkan apa yang ada halaman Instagram nya. Seolah itu, cara tersebut dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang dengan membawa dampak perkembangan lingkungan social menjadi begitu luas. Bertambahnya followers pada akun tersebut memperlihatkan kemenarikan akan konstruksi identitas yang sebenarnya sama seperti yang biasa dilakukan orang-orang, tapi terlihat tetap menarik. Konsep tersebut focus kepada cara Amalia menggunakan pakaian, berkunjung ke suatu tempat, sesuai dengan perkembangan yang ada. Interaksi social dilakukan dengan menggunakan fitur kolom komentar dan direct message untuk dirinya mendapatkan referensi tambahan untuk mengunggah suatu informasi kepada followers pada akun Instagramnya.

KONSEP DIRI

Akun Instagram @Ameliaelle memiliki ketertarikan terhadap *followers* Persepsi followers terhadap Amalia dengan melihat kesederhanaan dirinya membagikan rutinitas kesehariannya. Dibangun melalui unggahan dengan pakaian yang sedang digunakan dalam aktivitas kesehariannya. Tidak hanya itu, aktivitas seperti liburan saat mengunjungi suatu tempat juga tidak luput untuk diabadikan momen tersebut yang kemudian diunggah ke akun Instagram nya. Dengan adanya ketertarikan antara followers kepada Amalia menunjukkan bahwa konsep diri yang dibangun oleh nya berjalan dengan baik pada proses konstruksi identitas pribadi. Hal tersebut menggambarkan adanya keyakinan tentang keberadaan Amalia menurut individu lain.

Contoh mendasar mengenai adanya pengakuan aktivitas Amalia sebagai selebgram adalah ketika diminta untuk mempromosikan suatu produk, atau ditanyakan suatu produk fashion yang sedang digunakan oleh Amalia. Konsep halaman Instagram Amalia juga terlihat menarik dengan pemilihan design yang tersusun rapih untuk memanjakan akun lain yang berkunjung ke halaman akun Instagram Amalia. Ketertarikan kepada akun Instagram Amalia juga bukan hanya datang dari akun pribadi saja, tetapi beberapa UMKM dibidang Fashion banyak mengikuti untuk keperluan endorse. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) Konsep diri tidak terlepas dengan adanya perasaan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri. Perasaan, persepsi, keyakinan muncul sebagai bentuk adanya pengakuan mengenai keberadaan identitas Amalia. Pengakuan keberadaan Amalia sebagai selebgram dibuktikan dengan dirinya sebagai selebgram yang dapat mempersuasi tentang kehidupannya untuk referensi kegiatan individu lain melakukan aktivitas.

Predikat Amalia saat ini dijuluki sebagai Selebgram fashion dan lifestyle. Fashion dan lifestyle melekat dengan Amalia karena dirinya menunggah konten dengan menampilkan pakaian yang digunakan nya. Tidak hanya itu, ternyata membuat pengusaha dibidang fashion, hijab, melakukan endorse guna mempromosikan produk yang akan dijual nya. Terkadang juga, tanpa di endorse oleh suatu produk, Amalia tetap melakukan unggahan mengenai brand yang digunakan untuk diinformasikan kepada followers akun Instagram nya.

Informasi yang sebenarnya tidak banyak diminta oleh followers, tetapi ternyata dengan cara itu membuat Amalia menjadi seorang selebgram hingga saat ini. Sikap rendah hati tersebut dapat memberikan followers nya berbagai macam informasi mengenai kebutuhan fashion dan lifestyle yang ideal untuk digunakan. Kegiatan Amalia menjadikan dirinya sebagai selebgram, bukan karena dia ingin menjadi seorang selebgram. Karena dirinya suka mengunggah konten berupa informasi seputar fashion dan lifestyle karena rutinitas nya, dan membuat Amalia menjadi seorang selebgram secara tidak sengaja. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) Konsep diri menciptakan kualitas pensifatan individu mengenai dirinya. Pensifatan tersebut digambarkan oleh individu lain mengenai Amalia, kemudian digambarkan dengan pemaknaan masing-masing individu tersebut.

Sikap followers menjadikan Amalia sebagai referensi dari fashion hingga lifestyle. Sikap tersebut terbentuk dengan adanya lingkungan media social yang terus berkembang dan mendukung kegiatan dari Amalia.

Ternyata, dukungan yang diberikan oleh followres Instagram @Ameliaelle adalah salah satu cara agar followers tetap mendapatkan referensi dalam fashion maupun lifestyle. Tidak ada pihak yang dirugikan dalam hal ini, karena Amelia sangat senang ketika permintaan konten tersebut sama dengan apa yang dia memang sukai untuk unggah, terlebih fashion dan lifestyle merupakan rutinitas yang memang selalu Amelia lakukan. Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) berbicara mengenai konsep diri merupakan suatu sistem pemaknaan individu dan pandangan orang lain tentang dirinya, Dalam hal ini, followers memaknai seorang Amelia sebagai selebgram yang dapat merepresentasikan referensi dalam fashion dan lifestyle kepada followers Instagram nya.

Menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) konsep diri terbentuk melalui persepsi, keyakinan, perasaan, dan sikap seseorang mengenai individu tertentu. Selain itu, juga berpendapat bahwa pensifatan terhadap dirinya tersebut dibentuk dengan sendirinya dan diberikan individu lain, sehingga dapat memaknai pandangan terhadap Amelia tersebut.

Fashion lifestyle biasa terlihat seperti selalu tampil masa kini. Keterkaitan pada pembahasan ini, terdapat konsep *pertama*, yaitu menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) citra yang ditampilkan dengan memperlihatkan kemenarikan tubuhnya. Citra yang ditampilkan oleh Amelia pada akun Instagram nya memiliki daya Tarik tersendiri dari followers nya. Yaitu, kecantikan Amelia ditunjukkan dengan citra yang baik, melalui penampilan dirinya yang tetap modis, masa kini, dan memiliki sopan santun yang baik.

Fashion yang digunakan selalu terlihat sepadan, dengan pembawaan kalem sehingga memunculkan kesan elegan dari citra yang telah dibuat. Dibalut dengan fashion hijab, menambahkan penampilan sopan santun dengan tetap bisa terlihat kesan modern atau masa kini. Kemolekan tubuhnya banyak di apresiasi ketika followers tersebut menjadikan dirinya sebagai rekomendasi fashion dan lifestyle. Terlihat banyak yang ingin mengikuti untuk tetap tampil dengan gaya masa kini. Selain itu, walaupun dengan hijab, Amelia juga tetap melakukan aktivitas luar ruang dengan mengedepankan sisi sopan santun yang baik. Ketika lifestyle ditunjukkan pada saat liburan, ke Pantai, Amelia tetap terlihat modis dengan menggunakan hijab dan terlihat lebih menarik dibandingkan individu disekitarnya. Cara tersebut digunakan oleh kaum hawa yang menggunakan hijab sebagai referensi berbusana untuk tetap tampil masa kini.

Informasi mengenai fashion dan lifestyle dibagikan melalui unggahan konten Instagram

Instagram digunakan oleh Amelia sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, selain dirinya menggunakan untuk momen mengabadikan terhadap rutinitas nya. Komponen *kedua*, menurut J.M Baldwin (Barker: 2004) dalam konsep diri yaitu kemampuan (keunggulan dirinya) dan ketidak mampuan (kelemahan) pada setiap individu. Keunggulan dapat dilakukan oleh Amelia dalam melakukan konstruksi identitas adalah, dengan tanpa sengaja dapat mempersuasi banyak orang untuk menjadi followers akun Instagram nya. Selain itu, keunggulan selanjutnya adalah dapat diterima oleh lingkungan media social Instagram, penerimaan Amelia dalam Instagram dibuktikan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh followers untuk menjawab keresahan dalam pemilihan fashion yang akan digunakan. Followers tersebut mempercayai Amelia untuk memberikan referensi mengenai fashion dan lifestyle. Rasa percaya juga diberikan oleh pelaku usaha dengan menggunakan @Ameliaelle sebagai cara untuk melakukan promosi produk dengan menerapkan system endors. Rasa percaya pelaku usaha tersebut muncul karena Amelia sendiri dalam perjalanan menggunakan Instagram dapat mempersuasif orang tanpa sengaja sehingga mendapatkan jumlah followers relative banyak.

Kelemahan sendiri terlihat bahwa hanya menunjukkan unggahan Instagram dengan hal yang dirinya sukai. Berbeda dengan selebgram lain, selain menerima endors dan mempersuasif orang, ada aspek lain yang dikembangkan seperti konten komedi, kuliner, atau olahraga. Tetapi kelemahan dari konten Amelia saat ini sangat menjadi keunggulan yang semestinya, karena menjadi lebih focus dari terkonsep serta tersusun dalam melakukan unggahan tersebut.

Konsep diri karena interaksi pesan. Perilaku yang dilakukan untuk keberhargaan lingkungan dari konsep diri yang dibangun. @Ameliaelle sendiri melihat keberhargaan tersebut dengan menjaga hubungan interaksi dengan pengikut Instagram nya. Interaksi terjadi pada kolom komentar dengan menjawab pertanyaan yang dirasa belum pernah ditanya dan menarik dijawab. Selain itu, interaksi juga dilakukan saat followers meminta untuk melakukan review sebuah produk, jika hal tersebut belum dilakukan, maka Amelia akan melakukannya dengan senang hati. Interaksi juga membangun konsep diri yang baik sehingga mendapatkan rekan kerja di Instagram. Rekan kerja merupakan sarana Amelia untuk berinteraksi dengan pelaku usaha, juga berinteraksi dengan followers Instagram nya.

Konsep diri terbentuk agar persepsi mengenai Amelia dapat digambarkan, diraskan oleh individu lain dan diambil contoh sebagai followers Instagram nya. Setelah itu, Hal yang dirasakan oleh followers mengenai pribadi Amelia menghadapkan followers terhadap pensifatan untuk seorang Amelia. Sehingga pemaknaan dibangun oleh followers terhadap @Ameliaelle. Konsep dibangun dengan komponen yang menunjang bahwa Amelia memang menarik dan pilihan yang baik untuk dijadikan referensi dalam fashion dan lifestyle.

GAYA HIDUP

SIKAP

Setiap individu mayoritas memiliki kesamaan aktivitas dalam kesehariannya. Seperti halnya berolahraga, menggunakan pakaian tertentu, atau bahkan melakukan aktivitas luar rumah lainnya seperti melakukan wisata ke beberapa tempat tertentu. Di Indonesia pun, banyak individu yang menggunakan Instagram sebagai sarana rekreasi untuk sekedar mencari referensi demi memenuhi kebutuhan informasinya. Akun Instagram @Ameliaelle, pada awal mula menggunakan akun Instagram tersebut, tidak memiliki niatan untuk melakukan persuasi atau memberikan informasi kepada lingkungan yang relative luas. Tetapi, faktor ketidaksengajaan tersebut, membuat akun Instagram ini dapat dikenal sebagai selebgram yang berkecimpung pada bidang fashion dan lifestyle. Lifestyle seorang Amelia ditunjukkan saat dirinya mengunggah aktivitasnya ke akun Instagram miliknya. Sama seperti yang banyak dilakukan oleh orang dan sangat lumrah untuk dilakukan oleh setiap orang, mengabadikan aktivitas. Selain itu, Amelia sendiri memang, sangat menyukai hasil unggahan dari aktivitasnya, karena jika suatu saat nanti kembali dilihat, akan menjadikan pengalaman yang baru untuk dirinya sendiri. Hasil unggahan tersebut dapat berupa video atau foto, lifestyle Amelia yang dikenal sebagai traveler, sesekali diapun mengunggah ke tempat yang bukan tempat wisata, seperti kedai kopi, restoran, ataupun toko swalayan yang menjual interior rumah. Tempat-tempat yang dikunjungi oleh Amelia memberikan kesan baik terhadap pandangan followers Instagramnya, karena tempat tersebut memang instagramable untuk dijadikan konten media sosial.

Selain itu, Amelia pada saat melakukan kegiatan luar ruang biasanya menggunakan pakaian yang digunakannya pun ternyata tidak dengan sengaja, tidak menyesuaikan dengan tempat yang akan dikunjungi, tetapi memilih pakaian yang nyaman saat digunakan di luar rumah. Ternyata, pakaian yang digunakannya pun menarik perhatian followers Instagramnya. Karena hal tersebut, Amelia dinilai

memiliki kelebihan dalam menciptakan sebuah fashion tertentu saat digunakan oleh dirinya. Dalam menentukan sikap keberadaan diri manusia ditentukan oleh kebiasaannya, oleh karena itu Sikap sendiri Menurut Kotler & Armstrong (1997) adalah suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

Kebiasaan yang dilakukan Amelia ternyata membangun konstruksi identitas bahwa dirinya adalah sebagai referensi followers dalam membangun fashion dan lifestyle. Sedangkan, kebiasaan tersebut merupakan rutinitas seorang Amelia yang sebenarnya lumrah untuk dikerjakan oleh siapa saja.

Perkembangan jumlah followers akun Instagram @Ameliaelle hingga saat ini sudah mencapai jumlah yang begitu banyak. Tanpa sadar, pengaruh membawa followers untuk terus bertambah dan menjadikan Amelia sebagai rekomendasi pemilihan fashion dan lifestyle. Amelia bukan dari kalangan selebriti seperti yang biasa dijumpai di layar kaca, tetapi rutinitasnya ternyata membuat dirinya menjadi seorang selebriti Instagram saat ini. Pengaruh untuk followers dirasakan ketika, produk pakaian, tempat wisata, atau tempat nongkrong yang dikunjungi dan diabadikan kemudian diunggah oleh dirinya, membuat followers tersebut ingin tau apa yang digunakan dan apa yang didatangi. Oleh sebab itu, jika tidak terjawab dengan sendirinya, followers yang ingin menggunakan produk tertentu, atau mengunjungi tempat wisata atau tempat nongkrong anak muda, tidak jarang langsung memberikan pertanyaan kepada Amelia.

Lingkungan Instagram (following dan followers) tidak sesuai keberadaannya dengan lingkungan social dari seorang Amelia. Lingkungan social juga turut menjadi faktor kebiasaan aktivitas seorang Amelia dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang. Sesuai yang dikatakan oleh Kotler & Armstrong (1997) yaitu suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

Seperti yang banyak selebgram biasanya menggunakan bahasa-bahasa gabungan dari Inggris dan Indonesia agar terlihat lebih menarik jika dijadikan sebuah konten Instagram. Bahasa digunakan

pada saat interaksi, ataupun deksripsi dari unggahan konten tersebut. Berbeda dengan selebgram lainnya yang menggabungkan beberapa bahasa, Amelia hanya melakukan interaksi dengan Bahasa Indonesia saja. Karena akan dapat lebih mudah dipahami, dan media social yang tidak dapat melakukan interaksi secara langsung, dapat meminimalisir jumlah perbedaan penerimaan makna ketika menggunakan Bahasa Indonesia. Cara natural tersebut yang dilakukan oleh Amelia ternyata menjadi kebiasaan yang istimewa bagi followersnya, karena penyusunan bahasa walaupun dilakukan secara tidak langsung, dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang digunakan oleh Amelia pada interaksi atau deskripsi sebuah unggahan, terlihat seperti sedang bercerita atau menyampaikan pesan dengan personal, karena mudah diterima oleh followers Instagram.

Keterkaitan dengan sikap menurut Kotler & Amstrong (1997) yaitu melihat pengertian sikap sebagai suatu keadaan jiwa dan keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya, dengan penyajian dari penggambaran perilaku menggunakan bahasa keseharian masyarakat Indonesia.

PENGALAMAN DAN PENGAMATAN

Tidak ada hal menarik dalam kesehariannya, namun dilakukan secara terus menerus. Seorang Amelia tidak merencanakan konten yang akan di unggah ke halaman Instagram miliknya. Konten foto atau video yang di unggah merupakan murni aktivitas kesehariannya sendiri. Amelia pun meng unggah secara terus menerus hingga menjadi sesuatu yang memiliki daya Tarik tersendiri untuk followers Instagramnya. Selain itu, karena penyajian foto atau video hanya sekitar tentang pakaian, hijab, tempat wisata, atau tempat-tempat nongkrong anak muda, Amelia dapat dengan mudah mengambil berbagai bentuk cara agar hasilnya lebih terlihat menarik. Konten-konten yang sudah ada sebelumnya pada halaman akun Instagram @Ameliaelle, dijadikan referensi untuk dirinya sendiri agar bisa mengunggah konten selanjutnya dengan gaya yang menarik dan lebih terkonsep.

Selain memiliki rutinitas harian dan selalu produktif, Amelia juga memiliki kesukaan terhadap mengunggah konten di media social, dimulai karena hanya ingin mengabadikan saja, hingga akhir dilakukan untuk membagikan informasi dan sangat diterima baik oleh banyak followersnya. Pengalaman

membawa dirinya sebagai roll of model followers dalam hal fashion dan lifestyle. Sedangkan, untuk kenyataannya sendiri, Amelia tidak focus untuk kedua hal tersebut, tetapi bidang fashion dan lifestyle memang lebih baik di unggah daripada aktivitas pribadi lain yang menurutnya bukan konsumsi public. Fashion dan lifestyle yang di unggah berdampak baik, membuat dirinya menjadi lebih semangat untuk membagikan yang dirinya ketahui atau mungkin mencari yang sedang dirinya cari juga.

Amelia tidak sadar jika dirinya adalah orang yang mempengaruhi kepada orang lain dalam membentuk rekomendasi fashion dan lifestyle followersnya, tetapi jika dilihat dari jumlah followers yang terus meningkat, dan relative wanita, dan permintaan untuk mengunggah suatu hal yang berhubungan dengan fashion dan lifestyle terus berkembang juga, maka dengan sendirinya dia sadar saat ini adalah dirinya dikategorikan sebagai referensi orang lain membangun fashion dan lifestylenya masing-masing. Pengalaman mengunggah rutinitas yang berulang dengan melihat konten dirinya yang sudah ada sebelumnya adalah hal yang dilakukannya hingga saat ini, seperti yang dikatakan Kotler & Amstrong (1997) Pengalaman sendiri dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari.

Selebgram seorang Ameliaelle merupakan pengakuan dari followers. Selebriti Instagram merupakan seorang yang memiliki keterkaitan dengan beberapa rutinitas yang menarik atau bahkan dapat mempersuasi banyak orang untuk beberapa kegiatan yang sedang banyak digemari oleh masyarakat luas. Seorang selebgram sendiri, tidak pernah meminta dirinya dikatakan sebagai selebriti Instagram atau meminta produk atau endors di media social. Amelia tidak memiliki tujuan sebagai selebriti Instagram, tetapi hingga saat ini, dirinya layak jika dikatakan sebagai seorang selebriti Instagram karena dapat mempersuasi dan memberikan ajakan positif kepada masyarakat lingkungan social, atau lingkungan media socialnya. Amelia sendiri, tidak memiliki tujuan dari awal menggunakan Instagram untuk menjadikan dirinya adalah seorang selebgram, tetapi pengalaman yang berangsur-angsur dikerjakan, membawa predikat tersebut melekat kepada dirinya.

Seperti yang dikatakan Kotler & Amstrong (1997) Pengalaman sendiri dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari. Amelia mengambil langkah positif saat predikat selebgram melekat kepada dirinya. Langkah positif tersebut membawa hal yang baru serta pengalamannya yang baru dan dapat melakukan perkembangan pada dirinya

untuk selalu dapat membawa kesan positif kepada orang lain, dan lingkungan yang dapat di ambil sebagai contoh adalah followers Instagram nya. Kesan positif yang terus menerus diberikan Amelia adalah dengan memberikan konten yang dapat dikonsumsi oleh followers Instagram. Konten tersebut sampai saat ini yang dibawa adalah merupakan kesesuaian dari pengalaman fashion dan lifestyle pada dirinya. Pengalaman fashion lebih mudah dia bagikan kepada Instagram karena memang digunakan dalam kesehariannya dengan pakaian yang sopan dengan tetap terlihat masa kini. Cara dirinya mix and match sebuah pakaian merupakan bentuk rekomendasi untuk followers agar tetap terlihat tampil masa kini tanpa harus memiliki produk yang baru. Selain itu lifestyle pun tidak mudah untuk dirinya bagikan, karena memang sebagai wanita yang memiliki pekerjaan di luar rumah, dan untuk membantu hari-hari tersebut lebih memiliki kesan, Amelia mengunggah aktivitas pribadi nya.

Rutinitas menggunakan Instagram. Seperti yang diketahui, jika melakukan kegiatan produktif yang sama secara terus menerus, kemudian dilakukan untuk hari-hari berikutnya, maka sedikit kemungkinan rasa gagal akan terjadi kepada individu. Amelia juga melakukan hal yang sama, yaitu menggunakan aplikasi Instagram secara terus menerus dan berulang-ulang. Kemudian, pengalaman menggunakan aplikasi tersebut digunakan oleh Amelia untuk menggunakannya dengan bijak, sehingga pengalaman yang dimilikinya membawa dampak baik untuk di perlihatkan dan dikonsumsi dengan banyak orang. Followers Amelia pada halaman akun Instagram miliknya, dimulai sejak adanya akun Instagram tersebut pada tahun 2011. Awal mulanya hanya sekedar mengunggah aktivitas yang dia jalankan, tetapi waktu membawa perubahan dan pengalaman membawanya kedalam perilaku yang berdampak baik kepada para followers nya.

Perkembangan followers Amelia, dilakukan secara bertahap dengan memunculkan angka yang relative banya. Oleh karena itu, dikatakan sebagai pengalaman yang membawa dampak baik kepada dirinya dengan membawa banyak orang turut terpengaruh kepada pihak luar. Penggunaan Instagram pun dilakukan dengan bijak, pengalaman-pengalaman yang di dapatkan dari banyak orang membawa dirinya untuk terus dapat ber ekspresi dalam media social. Pengalaman pun dia dapatkan tidak hanya dari rutinitas nya saja, tetapi juga dari lingkungan social nya dengan menemukan beberapa topic media sosial agar menggunakannya secara bijak. Tidak hanya itu, pengalaman pun didapatkan agar lingkungan sosial Amelia ketika bertukar pengalaman

dari dirinya, mendapatkan pembelajaran untuk lingkungan sosial yang dimilikinya.

Seperti yang diketahui, jika rutinitas yang dilakukan secara berulang-ulang akan mendapatkan pembelajaran dari seorang individu tersebut. Seperti apa yang dikatakan oleh Kotler & Amstrong (1997) Pengalaman sendiri dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari jika dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang.

Pengalaman dengan pembelajaran menggunakan Instagram. Dalam pengambilan foto atau video yang dilakukan dalam waktu yang relative banyak dengan penggunaan media social Instagram secara berulang-ulang, membawa pembelajaran seperti Amelia dapat menemukan cara agar gambar yang diambil dapat terlihat lebih menarik dan menabahkan nilai terhadap konten yang sedang di unggah nya. Oleh karena itu, guna memberikan sajian yang menarik kepada followers, Amelia menggunakan cara yaitu dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram agar dapat melakukan konstruksi identitas pada dirinya. Fitur-fitur yang digunakan bukan tanpa alasan, yaitu agar konten yang di unggah oleh Amelia menambahkan nilai ketika dilihat oleh followers nya. Fitur tersebut dimanfaatkan dengan baik agar berguna saat dirinya menggunakan akun Instagram. Seperti fitur Story Instagram, Amelia menggunakan fitur tersebut ketika membagikan aktivitas nya sehingga menambahkan nilai informasi untuk followers nya. Selain itu, nilai informasi juga didapatkan oleh followers akun Instagram @Ameliaelle ketika dirinya sedang menggunakan produk tertentu atau sedang mengunjungi tempat tertentu. Penggabungan beberapa fitur menambahkan informasi lebih ketika dibagikan kepada fitur tertentu. Sebagai contoh, ketika fitur Story Instagram ditambahkan dengan fitur Tag pada konten tersebut, Amelia akan memberikan informasi lebih, bisa memberikan judul atau nama brand yang digunakan. Selain itu, fitur Story Instagram jika digabungkan dengan fitur lokasi, akan menambahkan referensi destinasi wisata ketika Amelia membuat konten tentang rutinitas nya jika berada di suatu tempat. Story Instagram juga dipergunakan oleh Amelia ketika dirinya untuk memberikan informasi tertentu, konstruksi identitas pada dirinya menambahkan nilai ketika dirinya mampu mempersuasif followers dalam melakukan promosi produk. Fitur direct message dan kolom komentar juga dipergunakan sebagai interaksi dengan lingkungan media social, dan menjaga kredibilitas dirinya untuk berhubungan dengan banyak pihak. Pembelajaran menggunakan suatu hal yang baru, terutama dalam hal ini adalah Aplikasi Instagram adalah dengan memanfaatkan fitur yang dimiliki Instagram untuk

terus dikembangkan oleh Amelia sehingga nilai dirinya pun bertambah. Sesuai dengan pengertian menurut Kotler & Amstrong (1997) Pengalaman sendiri dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari.

Pengamatan dalam menemukan hal yang baru. Pengamatan dilakukan Amelia dalam konstuksi identitas adalah agar dirinya tidak tertinggal dalam hal teknologi dan perkembangan jaman. Pengamatan dilakukan atas pengalamannya dalam menggunakan sebuah akun Instagram. Menurut Kotler & Amstrong (1997) pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek. Pengamatan tersebut dilakukan agar penguasaan aku Instagram akan tetap bijak sehingga tidak membawa dampak buruk untuk orang banyak. Selain itu, proses belajar dari pengalaman pun dengan mengamati lingkungan media social, seperti following nya agar, cara dirinya menggunakan Instagram dengan melihat beberapa sumber dan mendapatkan cukup banyak informasi dan dirinya pun akan memberikan informasi lebih kepada banyak orang di lingkungan media social Instagram miliknya.

KEPRIBADIAN

Kepribadian dibentuk melalui kebiasaan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Elle dengan tidak sengaja merencanakan pesan yang akan disampaikan kepada *followers* Instagram nya. Tetapi, tidak menutup jika Elle menyampaikan pesan dengan cara sengaja. Contoh yang dapat dikatakan bahwa Elle menyampaikan informasi pesan dengan sengaja yaitu ketika dirinya sedang melakukan *endors* pada *brand* yang bekerja sama dengan dirinya. Kesengajaan tersebut sudah dibentuk melalui perencanaan pada sebelum dan saat mengunggah konten Instagram nya tersebut.

Ketidak sengaja Elle adalah, tidak merencanakan unggahan untuk konten Instagram pada saat melakukan rutinitas kesehariannya. Elle juga tidak dengan sengaja melakukan aktivitas hanya untuk menghasilkan konten Instagram. Contoh ketidaksengajaan Elle dalam mengunggah konten ialah ketika dirinya memberikan informasi saat menggunakan produk khusus wanita yang sedang hamil. Elle merencanakan kehamilan, tetapi tidak merencanakan konten yang akan di unggah pada saat dirinya hamil dan tidak merencanakan *brand* khusus yang akan di promosikan ketika hamil. Ketika Elle mengunggah konten yang memberikan informasi bahwa sedang

mengandung, ternyata membuat pelaku usaha tertarik menggunakan Elle sebagai *influencer* dari *brand* tersebut. Oleh karena itu, kepribadian Elle dalam menyampaikan pesan informasi mengenai dirinya melalui konten Instagram membuat ketertarikan pada berbagai kalangan, tidak hanya sesama ibu hamil, tetapi untuk para pelaku usaha yang butuh jasa *influencer* juga. Menurut Kotler Amstrong (1997) kepribadian merupakan penyaluran karakter individu dengan cara dirinya dalam berperilaku dari setiap individu lain.

Instagram sebagai saluran pembentuk kepribadian di media social. Melakukan kegiatan foto-foto atau mengabadikan aktivitas nya dalam bentuk video merupakan aktivitas yang disukai oleh Elle. Selain karena hobi atau gemar melakukan aktivitas tersebut Elle juga suka saat melihat hasil foto atau video pada dirinya. Pada awalnya, kegiatan itu hanya dilakukan pada galeri telepon genggam miliknya, tetapi saat ini Instagram digunakan sebagai saluran mengekspresikan aktivitas nya. Setelah menggunakan Instagram sebagai saluran ternyata berdampak dengan sendirinya. Hasil unggahan berupa foto dan video menghasilkan ketertarikan pada pengguna Instagram lain. Ketertarikan pada pengguna lain membuat *followers* akun Instagram miliknya bertambah banyak dan menghasilkan ketertarikan pelaku usaha untuk menggunakan Elle sebagai saluran promosi terhadap suatu *brand*.

Untuk seorang Elle, Instagram merupakan sebuah kemajuan teknologi yang menunjang hobi menjadi aktivitas yang menghasilkan nilai pada dirinya. Melalui Instagram hobi Elle dalam melakukan foto dan video dapat berpengaruh kepada pengguna akun Instagram lain. Instagram merupakan sarana yang lengkap dalam mengkonstruksi dirinya, karena Elle dapat melakukan penyebaran informasi dengan bentuk yang sempurna. Sebagai contoh, ketika Elle mengunggah sebuah produk, sebuah informasi berupa tempat wisata dalam bentuk foto atau video, Elle juga dapat memberikan pesan tambahan melalui teks, agar menutup banyak kemungkinan kesalahpahaman pada *followers* dalam memaknai hasil unggahan tersebut. Pesan berupa teks dapat dilakukan dengan memberikan deskripsi pada fitur *caption* dalam media social Instagram tersebut.

Instagram menjadi saluran untuk pribadi nya gemar melakukan aktivitas foto atau video yang kemudian menurut Kotler Amstrong (1997) berperilaku dalam menentukan karakter pada seorang individu. Melalui saluran Instagram, Elle memberikan gambaran dirinya untuk orang lain. Keunikan, kebiasaan, aktivitas dan rutinitas dinilai oleh *followers*

berbeda dengan selebgram lain dan memiliki *followers* nya sendiri.

Kepribadian Elle yang dibentuk dalam melakukan aktivitas sehari-hari adalah yaitu menyampaikan informasi atau pesan secara sengaja atau tidak sengaja kepada *followers* nya tersebut. Kemudian Instagram digunakan sebagai saluran yang membentuk dirinya di media social, dan hasil pemanfaatan saluran tersebut adalah menjadikan dirinya sebagai selebgram.

KONSEP DIRI

Konsep diri selanjutnya berbeda dengan pembahasan mengenai konsep diri pada konstruksi identitas. Konsep diri juga merupakan faktor internal dalam mengembangkan gaya hidup individu.

Presentasi mengenai dirinya yang ditampilkan melalui saluran Instagram memang sesuai dengan apa yang ada, tidak dibuat-buat ataupun mengikuti orang lain dalam memanfaatkan akun Instagram. Gambaran mengenai dirinya dalam membangun dan mengembangkan aktivitasnya dapat ditunjukkan dalam beberapa aspek gaya hidup, seperti saat mengunjungi suatu tempat, mencicipi kuliner yang ada, atau menggunakan produk berupa *fashion* yang sedang ramai digunakan. Elle tidak mengikuti perkembangan *trend* pada keadaan tertentu agar dirinya diakui *followers* nya sebagai selebgram yang *up to date*, namun alasan Elle terlihat *up to date* dimata *followers* nya adalah dengan memanfaatkan barang, atau menggunakannya dalam suasana tertentu sesuai dengan keadaan yang ada. Sebagai contoh ketika Elle memanfaatkan waktunya untuk berlibur, memang pada saat itu dapat dikategorikan sebagai liburan nasional. Karena pemanfaatan waktu yang pas dengan suasana yang sama, maka dengan itu Elle memanfaatkan keadaan menjadi *trend* yang baru. Ketika Elle mengunggah hasil jepretannya saat liburan, maka hasil tersebut dapat menjadi referensi untuk *followers* nya dalam mengunjungi destinasi wisata yang ada. Tidak hanya sebagai referensi untuk mengunjungi destinasi, beberapa *followers* biasanya langsung mengunjungi tempat tersebut sebagai pilihan liburan mereka. Melalui cara tersebut, dengan memanfaatkan waktu dan suasana yang pas, Elle dapat mempengaruhi minat *followers* terhadap hasil unggahannya terhadap suatu objek yang ada. Berhubungan dengan itu, ketika Elle mengunjungi destinasi wisata tersebut, tidak hanya destinasi wisatanya saja yang ditunjukkan, tetapi *fashion* Elle untuk melengkapi aksesoris liburannya. Untuk *fashion* sendiri, Elle tidak memberikan kesan yang beda pada aktivitas yang lainnya, namun kreatifitas menjadi konsep diri selanjutnya dengan melakukan *mix and*

match pada busana yang sudah dimilikinya, namun pengakuan *up to date* terhadap *fashion* tetap didapatkan oleh seorang Elle.

Pesan tidak dibentuk untuk mempersuasi, namun menghasilkan massa. Dalam pembahasan ini, Elle memberikan pesan sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai dirinya sendiri. Tetapi hasil dalam menyampaikan informasi tersebut adalah bentuk persuasif karena menghasilkan *followers* pada akun Instagramnya, dan membuat pelaku usaha menjadikan dirinya sebagai konten promosi. Bentuk persuasif tersebut dibentuk secara tidak sengaja karena dirinya hanya melakukan aktivitas seperti biasa. Elle secara suka rela membagikan informasi mengenai produk dari *brand* yang sering digunakan dalam melengkapi aktivitas kesehariannya. Rasa suka rela Elle dalam membagikan informasi mengenai produk terjadi karena beberapa hal. Sebagai contoh, ketika Elle menggunakan produk parfum dan membagikan informasi berupa merk yang dirinya gunakan, langkah tersebut karena Elle begitu puas dengan produk yang digunakan oleh dirinya. Selain itu, ketika Elle menambahkan fitur lokasi pada saat dirinya berkunjung pada destinasi wisata, Elle sebenarnya sedang memberikan informasi berupa apresiasi dirinya yang puas terhadap keindahan atau pelayanan yang diberikan pada saat mengunjungi destinasi wisata tersebut.

Ketika Elle memberikan informasi terhadap apapun yang dirinya unggah di media social Instagram, melihat adanya ketertarikan dirinya untuk melakukan interaksi dengan individu lain. Elle melakukan interaksi terlebih dahulu melalui unggahan yang diberikannya sebagai konten media sosial Instagram. Interaksi tersebut disambut oleh komunikasi dengan melakukan bentuk komunikasi tidak langsung karena melalui media social Instagram sebagai saluran melakukan komunikasi. Selanjutnya, interaksi dapat terus berjalan, biasanya karena *followers* membutuhkan informasi tambahan sebagai umpan balik dari *followers*. Memanfaatkan fitur Instagram story, kolom komentar, dan direct message Elle dapat melakukan interaksi lanjutan mengenai konten yang di unggah oleh dirinya. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (1997) konsep diri sebagai faktor internal yang membangun gaya hidup merupakan gambaran hubungan antara dirinya kepada orang lain dan dapat mempengaruhi dirinya terhadap suatu objek tertentu.

MOTIF

Dalam pembahasan ini, mengacu kepada pendapat Kotler dan Armstrong (1997) mengenai

motif merupakan kebutuhan akan bergengsi dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan akan membentuk gaya hidup cenderung mengarah kepada hedonism, namun pembahasan meniadakan motif Elle adalah pesan yang mengacu pada penyebaran informasi. Kotler dan Armstrong (1997) berpendapat bahwa hasil dari motif adalah gaya hidup hedonise, namun Elle menghasilkan motif berupa penyebaran informasi. Pesan dibentuk dengan cara apa adanya karena berlandaskan hobi dalam mengunggah foto dan membagikan video dalam melakukan aktivitas. Membentuk kebiasaan sehingga menghasilkan rutinitas yang berdampak kepada orang banyak sebagai referensi dalam beberapa hal. Motif pesan Elle berangkat melalui hobi dan kemudian berkembang menjadi pekerjaan untuk membagikan konten berupa promosi iklan yang diminta oleh beberapa *brand* tertentu.

Motif pesan menghasilkan nilai terhadap individu. Nilai tersebut dilihat dari banyaknya *followers* yang memiliki ketertarikan kepada Elle. Ketertarikan nya di ungkapkan melalui tanggapan dari kolom komentar, direct message, atau sekedar memberikan tanda “like” saja. Dapat dikatakan menghasilkan pertambahan nilai karena hal tersebut mempengaruhi terhadap pemilik usaha tertentu untuk menjadikan dirinya sebagai *influencer* dari *brand* tersebut. Semakin tinggi *engagement* diri seorang Elle, maka semakin tinggi juga nilai dari *brand* yang di promosikan oleh dirinya tersebut.

PERSEPSI

Citra dibangun Elle melalui unggahan Instagram milik dirinya. Unggahan ada yang dibentuk karena dirinya sendiri ingin mengunggah, dan memang sengaja dibentuk karena permintaan *followers* Elle. Lebih dari itu, dengan mengikuti permintaan *followers* dalam mengunggah konten tertentu memberikan citra yang baik kepada seorang Elle. Selain itu, untuk kelancaran usaha nya dalam mempromosikan *brand* tertentu, citra dari *followers* memberikan dampak yang baik terhadap rekan kerjanya. Dalam hal ini, rekan kerja dapat dikatakan sebagai *brand* yang menjadikan dirinya sebagai *influencer* produk tersebut.

Untuk menumbuhkan citra yang baik terhadap dirinya, Elle membangun dan juga melakukan referensi untuk dirinya sendiri. Referensi untuk dirinya sendiri biasanya

didapatkan ketika melakukan interaksi pesan dengan *followers* saat melakukan sesi Tanya jawab dengan memanfaatkan fitur Instagram. Selain itu, dirinya juga mengikuti akun Instagram lain guna mendapatkan referensi dari apa yang sedang dibutuhkan oleh dirinya sendiri.

Setelah mendapatkan referensi yang diinginkan, dirinya tidak semata-mata mengimplikasikan kepada gaya hidupnya, tetapi terlebih dahulu menimbang, guna mendapatkan kecocokan antara minat dan hal yang nyaman ketika cara tersebut disatukan. Cara Elle selanjutnya adalah, dengan mendapatkan hasil terbaik dari yang terbaik, karena dalam membangun gaya hidup, ketika referensi dari orang lain bagus dijadikan ide baru untuk dirinya dalam media social Instagram, tetapi tidak didasarkan dengan rasa nyaman, maka hal tersebut akan menghasilkan hasil yang tidak maksimal. Oleh karena itu persepsi menghasilkan nilai setelah diolah oleh Elle ketika mendapatkan referensi dari apa yang dibutuhkan oleh dirinya, setelah itu menggunakannya ketika hal tersebut memang nyaman saat digunakan oleh dirinya. Kotler dan Armstrong (1997) menyatakan persepsi terbentuk ketika individu telah memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi pada dirinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan Amelia sebagai informan, peneliti kemudian menjawab identifikasi masalah yang telah peneliti tetapkan yaitu “Bagaimana proses pembentukan identitas gaya hidup selebgram yang dilakukan oleh @Ameliaelle melalui aktivitas di Instagram?” dan telah peneliti jabarkan jawaban dari identifikasi masalah tersebut pada lembar hasil penelitian dan pembahasan. Maka kesimpulan dari peneliti ini yaitu lingkungan sosial dapat mempengaruhi identitas individu, karena lingkungan sosial akan berdampak secara langsung kepada setiap individu. Pengaruh dari lingkungan sosial dapat dibentuk dengan sendirinya, tanpa sadar, dan terjadi secara terus menerus. Interaksi dalam lingkungan sosial salah satu faktor penyebab adanya dampak dan pengaruh yang dirasakan oleh tiap-tiap individu. Setiap individu pasti melakukan interaksi dengan lingkungan setiap harinya, terjadi secara sengaja atau tidak sengaja. Konsep diri merupakan model yang ditunjukkan oleh seorang individu kepada individu lain, sehingga menimbulkan persepsi dari orang lain terhadap individu tersebut. Persepsi tersebut dapat berupa apresiasi atas model yang ditunjukkan

oleh individu jika terlihat menarik atau memiliki keunggulan dan juga dapat berupa kritikan jika tidak ada nya kesesuaian dengan individu lain. Konstruksi Identitas merupakan perilaku yang ditunjukkan dengan adanya penilaian dari individu lain.

Saran Akademis

Berikut saran akademis dari penelitian, yaitu:

- 1) Dapat lebih memahami konstruksi identitas dalam gaya hidup seperti lingkungan social, konsep diri, sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, serta persepsi.
- 2) Dapat mengimplementasi konstruksi identitas lebih luas dengan kesesuaian faktor konstruksi identitas dengan faktor gaya hidup.
- 3) Mengembangkan fenomena yang terjadi untuk lebih memahami penerapan komunikasi interpersonal.

Saran Praktis

Berikut saran Praktis dari peneliti, yaitu: Peneliti berharap untuk @Ameliaelle agar dapat mempertahankan konstruksi identitas yang sudah berjalan dengan baik namun jika masih mengalami kesulitan dalam proses tersebut dapat mempersiapkan lebih baik lagi untuk mengatasi pada setiap kendala yang masih terjadi agar dapat mempertahankan dan memberikan secara terus menerus konstruksi identitas gaya hidup di akun Instagram @Ameliaelle

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiany, A. (2016). *Rahasia Jadi "Selebgram" Cara Raup Untung Lewat Instagram*. Diambil kembali dari https://tekno.kompas.com/read/2016/03/08/%2011030047/Rahasia.Jadi_Selebgram.Cara.Raup.Untung.Lewat.Instagram
- Antony, M. (2008). *What is Social Media?* London: iCrossing.
- Barker, C. (2004). *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BM, M. (2007). Konstruksi Realitas dalam (Bahasa) Media. *Komunikasi Massa*, 1(1), 29.
- Burham, B. (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa (kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi, dan kepuasan konsumen serta kritik terhadap Peter L.Burger dan Thomas Luckman)*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Castells, M. (1997). Communal Heaven: Identity and Meaning in the Network Society. Dalam *The Power of Identity* (hal. 5-67). Oxford: Blackwell.
- Chaney, D. (2004). *LIFESTYLE : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dedy N. Hidayat. (2003). Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- DeLamater J.D, & J.S. Hyde. (1998). Essentialism vs Social Constructionism in the study of Human Sexuality. Dalam *The Journal of Sex Research* (Vol. 35, hal. 10-1).
- I. Rory. (1997). Social Construction. *British Journal of Guidance and Counselling* 25 (2), 163-174.
- Katadata.co.id. (2018, 2 1). *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia*. Diambil Kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Katadata.co.id. (2020, 2 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia#>
- Kominfo. (2020, November 09). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Diambil Kembali dari Berita Kominfo: https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Kompas.com. (2012, April 12). *Diakuisisi Facebook, Duo Pendiri Instagram Kaya Mendadak*. Diambil kembali dari <https://tekno.kompas.com/read/2012/04/12/04102697/diakuisisi.facebook.duo.pendiri.instagram.kaya.mendadak>
- Kompas.com. (2019, 02 05). *Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia*. Diambil kembali dari Youtube menjadi platform yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApp sebesar 84%.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Principles of Marketing* (3rd ed.). (Sindoro, & Molan, Penerj.) Jakarta: Prenhanlindo.
- Lukman, E. (2015, November 27). *The Latest Numbers On Web, Mobile, and Social Media In Indonesia (Infographic)*. Diambil kembali dari [media.neliti.com: https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-data-start-2015](https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-data-start-2015)
- Martha, D. (2008). *Correlation Among Self Esteem With a Tendency Hedonist Lifestyle of Student Diponegoro University*. Semarang: FASPI UNDIP.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (Vol. VI). Jakarta: Salemba Humanika.

- Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nielsen, A. (2015). *Nielsen convenience report*. AC Nielsen.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Piliang, Y., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda & Makna*. Yogyakarta: Aurora.
- Sakinah. (2018). Selebgram: Meraih Popularitas Melalui Dunia Maya. *Jurnal Etnografi Indonesia*, 3(1), 48-71.
- Selu, M. K. (2011). *Hiperealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural Studies)*. Jakarta: Penaku.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutriyono, & Haryatmoko. (2018). Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-21.
- Yasundari. (2016). Hubungan Penggunaan Instagram dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) dalam meningkatkan Produktivitas. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(No 2), 209-210.

