

Social media sebagai podium karir beauty vlogger: studi kasus presentasi diri Tasya Farasya di media sosial = Social media as a platform for beauty vlogger: a case study of Tasya Farasyas' self-presentation on social media

Meidina Aysha Anindita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498927&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Media sosial telah merubah cara manusia berkomunikasi dengan satu sama lain. Perkembangan sosial media saat ini membuka peluang karir baru yang belum pernah ada sebelumnya. Salah satunya adalah menjadi seorang

beauty vlogger. Tasya Farasya adalah salah satu beauty vlogger yang paling sukses di Indonesia saat ini. Meskipun baru memulai karirnya di tahun 2017, Tasya saat ini memiliki 2.88 juta subscribers YouTube dan 2.6

juta followers di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu upaya yang dilakukan Tasya Farasya

sebagai seorang beauty vlogger mempergunakan media sosial sebagai kanal untuk mempresentasikan dan mempromosikan dirinya. Artikel ini terpusat pada panggung depan dari teori Dramaturgi karya Erving Goffman dan personal branding milik Peter Montoya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri Tasya Farasya di sosial media adalah sebagai pribadi yang menyenangkan, ceria, positif, dan jujur. Tasya memiliki kredibilitas terhadap promosi produk yang baik, dan menonjol berkat spesialisasinya dalam full glam

makeup look dia diantara beauty vlogger lain yang mengikuti trend natural.

<hr>

ABSTRACT

Social media has changed the way humans communicate with one another. The development of social media opens up new career opportunities like never before. One of them is to become a beauty vlogger. Tasya Farasya

is one of the most successful beauty vloggers in Indonesia today. Although she only started her career in 2017,

Tasya currently has 2.88 million YouTube subscribers and 2.6 million followers on Instagram. This study aims

to explore the efforts made by Tasya Farasya as a beauty vlogger to use social media as a channel to present and promote himself. This article is centered on the front stage of Erving Goffmans Dramaturgi theory and Peter Montoyas personal branding. The results showed that Tasya Farasyas self-presentation on social media was fun, cheerful, positive, and truthful. Tasya has credibility for good product promotions, and she stands out

thanks to her specialization in full glam makeup look for her among other beauty vloggers who sticks to the natural trend.