

Body image dalam membangun personal brand pada mahasiswa Universitas Indonesia pengguna media sosial = Body image in building a personal brand for University of Indonesia female students instagram social media users

Ayuni Widya Febriyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526285&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin canggih berkembangnya media komunikasi memberikan ruang yang semakin luas pula bagi setiap individu dalam menampilkan citra diri sebaik mungkin. Citra diri virtual yang terus ditingkatkan merupakan suatu proses berkelanjutan yang dilakukan secara terus menerus seperti di dunia nyata. Kecenderungan untuk menampilkan "diri" sebagai individu yang cantik secara penampilan dan produktif sering dilakukan dalam setiap postingan yang dibagikan di Instagram sebagai perwujudan personal branding mahasiswa Universitas Indonesia. Personal branding dijadikan ukuran untuk merasa lebih tinggi daripada orang lain. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Indonesia yang berupaya menunjukkan sisi penampilan terbaiknya di Instagram baik secara fisik maupun pencapaian. Dalam penelitian ini, kosmetik dan pakaian merupakan aksesoris (adornments) yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Indonesia dalam rangka memperoleh penampilan fisik yang sesuai dengan konsepsi kecantikan ideal mereka. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan kosmetik dan pakaian mampu mengubah rasa tidak puas terhadap penampilan fisik (body dissatisfaction) yang dialami mahasiswa menjadi rasa puas (body satisfaction), serta menunjukkan bahwa rasa percaya diri (self-esteem) turut meningkat akibat perasaan dan pengalaman positif yang dihasilkan oleh rasa puas terhadap penampilan fisik (body satisfaction) sehingga personal brand lainnya yang dibangun di Instagram dapat tersampaikan dengan baik kepada orang lain.

.....The more sophisticated the development of communication media provides an increasingly more expansive space for each individual to display the best possible self- image. The virtual self-image that is continuously improved is a continuous process carried out as in the real world. The tendency to show "self" as an individual who is both physically beautiful and productive is often done in every post shared on Instagram as an embodiment of personal branding for University of Indonesia female students. Personal branding is used as a measure to feel superior to others. This research involves female students from the University of Indonesia who try to show their best appearance on Instagram physically and in terms of achievement. In this study, cosmetics and clothing are accessories (adornments) used by University of Indonesia students to obtain a physical appearance to their ideal conception of beauty. The results of this study show that the use of cosmetics and clothing can change the dissatisfaction with physical appearance (body dissatisfaction) experienced by female students into body satisfaction and shows that self-esteem also increases due to positive emotions and experiences. They are generated by a sense of pride in physical appearance (body satisfaction) so that other personal brands built on Instagram can be appropriately conveyed to others.