

Digital Gaze dan Konstruksi Identitas Lewat Personal Branding di Era Information and Communication Technology (ICT) Melalui Perspektif F. Budi Hardiman = Digital Gaze and Identity Construction Via Personal Branding in the Information and Communication Technology (ICT) Era Through F.Budi Hardiman Perspective

Rena Gusti Amanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920522563&lokasi=lokal>

Abstrak

Digital gaze merupakan suatu fenomena yang terbentuk dari intensifnya interaksi manusia dengan teknologi, khususnya interaksi manusia dengan Information and Communication Technology (ICT). Digitalisasi sebagai mata rantai dalam sistem ICT telah mendatafikasi lanskap komunikasi manusia menjadi pesan digital, sehingga proses interaksi dan pertukaran informasi dapat berlangsung secara telepresen. Fenomena digital gaze menjadi bukti bahwa manusia pada era komunikasi digital saat ini hidup dalam kejatuhan terhadap persepsi orang lain, sebab dia menatap diri sendiri sebagaimana orang lain dibalik layar menatap dirinya. Munculnya dialektika digital gaze ini membuat proses tatap-menatap di jagad digital menjadi semakin tajam, sehingga tatapan orang lain dibalik layar dianggap sedemikian rupa berarti, dan juga berpengaruh bagi kehidupan penggunanya. Hal ini akhirnya mempengaruhi bagaimana perilaku pengguna tersebut dalam mengungkapkan informasi personalnya di jagad digital. Salah satu mekanisme yang belakangan ini ramai diperbincangkan oleh masyarakat digital, dan berkaitan erat dengan digital gaze itu sendiri adalah konstruksi identitas melalui konsep yang disebut dengan personal branding. Melalui personal branding, manusia pada era komunikasi digital menciptakan konstruksi diri yang berkaitan dengan digital gaze orang lain, sehingga alih-alih memuat realitas personal, personal branding belakangan ini justru menjadi tidak jauh berbeda dengan sabotase citra yang terdiri dari beragam kecoh dan justru mengacaukan persepsi manusia.

.....Digital gaze is a phenomenon formed from intensive human interaction with technology, especially human interaction with Information and Communication Technology (ICT). Digitalization as a link in the ICT system has registered the landscape of human communication into digital messages, so that the process of interaction and exchange of information can take place telepresence. The phenomenon of digital gaze is proof that humans in the era of digital communication are currently living in a fall from the perceptions of others, because they look at themselves as other people behind the screen look at themselves. The emergence of this digital gaze dialectic makes the process of staring at the digital world even sharper, so that the gazes of other people behind the screen are considered meaningful, and also have an effect on the lives of users, this ultimately affects how users behave in disclosing personal information in the digital world. One of the mechanisms that has recently been widely discussed by the digital community and is closely related to the digital gaze itself is the construction of identity through a concept called personal branding. Through personal branding, humans in the digital communication era create self-constructions that are closely related to other people's digital gaze, so that instead of loading personal realities, recent personal branding has become not much different from image sabotage which consists of various deceptions. and it messes with human perception.