

Imagined Community, Praktik Micro-Celebrity, dan Dinamika Kekuasaan: Studi Kasus Konten Shopee Haul di Media Sosial Tiktok = Imagined Community, Micro-Celebrity Practice, and Power Dynamics: A Study Case of Shopee Haul Content on Tiktok Social Media

Nadya Nurizkitha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537924&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan media sosial yang semakin canggih memberikan ruang bagi setiap individu dalam menampilkan citra diri dirinya di dunia digital. Tiktok, sebuah fenomena budaya, telah mendefinisikan ulang lanskap pengaruh, memungkinkan siapa pun untuk muncul sebagai 'influencer baru' dan membentuk kembali gagasan konvensional tentang popularitas dan publik. Penelitian dilakukan melalui studi etnografi virtual dengan cara mengamati aktivitas subjek secara online, melakukan wawancara mendalam, dan pengamatan terlibat secara online. Tulisan ini meneliti fenomena tren ulasan produk Shopee di Tiktok melalui praktik yang dilakukan oleh pembuat konten dan penonton sebagai sebuah imagined community yang memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana anggotanya bekerja dalam ruang digital dan membangun nilai-nilai. Temuan mengungkapkan interaksi dinamis antara pembuat konten (influencer), penonton, dan platform Tiktok, menyoroti peran ketiganya dalam membentuk nilai dan standar. Penelitian ini mengidentifikasi tiga wawasan utama: pertama, dinamika rumit antara pengguna dan platform Tiktok dalam konstruksi nilai dan standar; kedua, penerapan praktik micro-celebrity oleh pengguna sebagai sarana untuk menyesuaikan dan menegosiasikan nilai-nilai mereka dalam komunitas; dan ketiga, eksplorasi kekuasaan yang lebih luas, termasuk pengendalian pasar dan faktor ekonomi, yang berperan dalam membentuk perilaku pengguna di platform. Tulisan ini lebih dari sekadar menjelaskan bagaimana pengguna memandang dan menafsirkan penonton mereka, menyoroti hubungan beragam antara struktur Tiktok dan pengaruh eksternal yang berdampak pada perilaku pengguna, tulisan ini menawarkan pemahaman komprehensif tentang interaksi yang rumit antara pengguna, platform digital, dan masyarakat luas.

.....The rapid development of social media provides space for every individual to display their image in the digital world. Tiktok, a cultural phenomenon, has redefined the landscape of influence, allowing anyone to emerge as a 'new influencer' and reshaping conventional notions of popularity and public. The research was conducted through a virtual ethnographic study by observing the subject's activities online, conducting in-depth interviews, and engaging in online observations. This article examines the trending phenomenon of Shopee product reviews on Tiktok through the practices carried out by content creators and viewers as an imagined community that provides a framework for understanding how its members work in the digital space and build values. The findings reveal dynamic interactions between content creators (influencers), audiences, and Tiktok platform, highlighting the role of all three in shaping values and standards. This research reveals three main insights: first, the complex dynamics between users and the Tiktok platform in the construction of values and standards; second, the adoption of micro-celebrities by users as a means of appropriating and negotiating their values within the community; and third, an exploration of the broader power, including market control and economic factors, that play a role in shaping user behavior on the platform. This paper goes beyond simply explaining how users perceive and interpret their audience, highlighting the diverse relationships between Tiktok's structure and external influences that impact user

behavior, it offers a comprehensive understanding of the complex interactions between users, the digital platform, and society at large.