

**Komodifikasi Karakter Anak Dalam Media Sosial Kidfluencer (Analisis Multimodal Pada Akun Instagram @Tercipungcipung) =
Commodification of Children's Characters in Kidfluencer Social Media (Multimodal Analysis of the @Tercipungcipung Instagram Account)**

Zaneti Sugiharti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547308&lokasi=lokal>

Abstrak

Budaya digital dengan hadirnya internet dan berbagai platform media sosial seperti Instagram membentuk kapitalisme digital yang ditandai dengan orientasi atas akumulasi kekuasaan dan uang. Dalam perkembangannya, media sosial memunculkan fenomena kidfluencer, yakni sosok pemberi pengaruh yang terkenal namun berusia di bawah 13 tahun. Penelitian ini melihat komodifikasi terjadi di akun Instagram seorang kidfluencer yang juga disokong oleh perusahaan media konvensional, yakni @tercipungcipung yang dikelola oleh RANS Entertainment yang dimiliki oleh Emtek Group. Melalui analisis multimodalitas, penelitian ini melihat konten – konten @tercipungcipung yang mengandung unsur komersial. Temuan dari penelitian ini adalah terdapat komodifikasi karakter anak berupa cara bicara yang belum jelas, gerakan tangan dan kaki, gaya berdandan, dan rasa ingin tahu yang besar. Penambahan unsur animasi memperkuat narasi yang dibentuk oleh pihak yang berkepentingan di balik akun kidfluencer. Selain itu, penelitian ini juga melihat adanya komodifikasi konten, khalayak dan tenaga kerja yang terjadi dalam waktu yang bersamaan.

.....Digital culture with the presence of the internet and various social media platforms such as Instagram forms digital capitalism which is characterized by an orientation towards the accumulation of power and money. In its development, social media has given rise to the phenomenon of kidfluencers, namely influencers who are famous but under the age of 13. This research looks at commodification occurring on the Instagram account of a kidfluencer which is also supported by a conventional media company, namely @tercipungcipung which is managed by RANS Entertainment which is owned by the Emtek Group. Through multimodality analysis, this research looks at @tercipungcipung content that contains commercial elements. The findings of this research are that there is a commodification of children's characters that is identified with speech that is unclear, hands and legs move, appearance and fashion choices, and also the curiosity from the child. Additional animation aspects strengthen the narrative that is built by accountable party. This research also finds commodification in content, audiences and labor that happens at the same time.