

# Pengalaman dan Pemahaman Representasi Diri: Studi Kasus Praktik Media Switching Para Beauty Influencer pada Media Sosial Instagram dan Tik Tok Selama Masa Pandemi COVID-19 = Experience and Understanding of Self-Representation: A Case Study of Beauty Influencera's Media Switching Practices on Social Media, Instagram and Tik Tok During the COVID-19 Pandemic

Valentine Ruth Pebrina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554963&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Media sosial menjadi salah satu bentuk media baru yang paling diminati dewasa ini bagi sejumlah orang ataupun kelompok tertentu dalam merepresentasikan diri mereka. Untuk kondisi ini sangat terlihat jelas sekali dari kehidupan para beauty influencer di media sosial yang menunjukkan intensitas penggunaan media sosial dalam upaya memperoleh engagement atau self curated melalui bentuk konten yang mereka unggah. Tidak bisa dipungkiri dalam menggunakan media sosial tersebut, para beauty influencer memiliki berbagai keyakinan tentang media maupun teknologi baru yang nampak membuat mereka menyadari pilihan medium yang dapat digunakan dalam bermedia sosial. Hal ini yang kemudian menjadi menarik perhatian karena dalam praktiknya para beauty influencer ketika memilih media mereka tidak hanya terpaku pada satu macam media sosial saja, melainkan memiliki media lain yang mereka gunakan sehingga kerap dapat dilihat dalam kaca mata praktik media switching. Berdasarkan fokus media yang menjadi perhatian saya dalam hal ini adalah terkait dengan penggunaan media sosial Instagram dan juga Tik Tok. Terlebih praktik yang diperlihatkan dalam kasus ini berhubungan selama pandemi Covid-19 yang menunjukkan tingginya penggunaan media sosial di masyarakat. Maka berangkat dari itu dalam temuan lapangan saya di penelitian ini dengan melihat berbagai bentuk ideologi media yang terlihat dari pengalaman, pemahaman, dan proses yang diilhami oleh para beauty influencer ketika bermedia sosial seyogianya dapat memperlihatkan bagaimana mereka senantiasa menggunakan media sosial pilihannya untuk mengekspresikan dan menampilkan diri.

.....Social media has become one of the most sought after media as of late for a number of people or certain groups in representing themselves. For this condition, it seems clear from the lives of beauty influencers on social media who shows the intensity of using social media in an effort to get engagement or self-curated through the forms of content they upload. It can't be put aside that in using social media the beauty influencers themselves also have various beliefs on the new media and technology which makes them aware of the choices in which medium can be used for social media. This is what is then interesting because in their practice of choosing media they are not limited to one single social media, there are other social medias that they use and from that it is often seen through the practice of social media switching. Based on the media focused on in this, my focus is related to the use of the social media Instagram and Tik Tok.

Moreover, the practices shown in this case are related during the Covid-19 pandemic which shows the high use of social media in society. Therefore, from that, within the findings of this research, by looking at the various forms of media ideology seen from the experiences, understandings, and processes of the beauty influencers when using social media it can be seen how they continuously use the social media of their choice to express and present themselves.