

Personhood dalam Praktik Personal Branding, Agensi dan Dominasi Kekuasaan Pasar pada Media Sosial LinkedIn = Personhood In Personal Branding Practices, Agency and Power Domination of Market On Social Media LinkedIn

Meyland Andriani Banjar Nahor, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920559062&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan media komunikasi yang semakin canggih memberikan ruang yang semakin luas bagi setiap individu dalam menampilkan citra diri dirinya sebaik mungkin. Meningkatkan citra diri virtual merupakan proses berkelanjutan yang dilakukan terus menerus seperti di dunia nyata. Kecenderungan untuk menampilkan “diri” sebagai individu yang produktif dan profesional sering dilakukan dalam setiap postingan yang dibagikan di LinkedIn sebagai perwujudan personal branding. Personal branding dijadikan ukuran untuk merasa lebih tinggi daripada orang lain. Melalui studi etnografi virtual, skripsi ini menjelaskan bagaimana postingan mengenai personal branding merupakan realitas sosial, namun di satu sisi postingan tersebut merupakan struktur yang dibentuk sendiri oleh LinkedIn. Dalam praktiknya, rupanya struktur tersebut tidak sesuai dengan apa yang dipahami oleh para pengguna, sehingga menimbulkan perlawanan. Perlawanan ini muncul akibat adanya agensi dalam diri individu masing-masing. Tidak hanya itu, saya berargumen bahwa fenomena ini dipengaruhi oleh neoliberalisme sebagai pengontrol yang menjaga para pengguna untuk tetap mengikuti aturan tersebut. Praktik personal branding dan mediasi pasar karena pengaruh neoliberalisme tersebut yang kemudian menghasilkan manusia sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan melalui pengalaman.

..... Perkembangan media komunikasi yang semakin canggih memberikan ruang yang semakin luas bagi setiap individu dalam menampilkan citra diri dirinya sebaik mungkin. Meningkatkan citra diri virtual merupakan proses berkelanjutan yang dilakukan terus menerus seperti di dunia nyata. Kecenderungan untuk menampilkan “diri” sebagai individu yang produktif dan profesional sering dilakukan dalam setiap postingan yang dibagikan di LinkedIn sebagai perwujudan personal branding. Personal branding dijadikan ukuran untuk merasa lebih tinggi daripada orang lain. Melalui studi etnografi virtual, skripsi ini menjelaskan bagaimana postingan mengenai personal branding merupakan realitas sosial, namun di satu sisi postingan tersebut merupakan struktur yang dibentuk sendiri oleh LinkedIn. Dalam praktiknya, rupanya struktur tersebut tidak sesuai dengan apa yang dipahami oleh para pengguna, sehingga menimbulkan perlawanan. Perlawanan ini muncul akibat adanya agensi dalam diri individu masing-masing. Tidak hanya itu, saya berargumen bahwa fenomena ini dipengaruhi oleh neoliberalisme sebagai pengontrol yang menjaga para pengguna untuk tetap mengikuti aturan tersebut. Praktik personal branding dan mediasi pasar karena pengaruh neoliberalisme tersebut yang kemudian menghasilkan manusia sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan melalui pengalaman.

..... The development of social media increasingly provides a wider space for each individual to present his or her personhood as best as possible. Increasing virtual personhood is an ongoing process that is carried out continuously as in the real world. The tendency to present "self" as a productive and professional person is often carried out in every post shared on LinkedIn as an embodiment of personal branding. Personal branding is used as a measure to feel superior to other people. Through virtual ethnographic study, this

thesis explains how posts about personal branding are a social reality, but on the one hand, these posts are structures formed by LinkedIn themselves. In practice, apparently that structure does not match with what the users understand, thus creating resistance. This resistance arises due to the existence of agency within each individual. Not only that, I argue this phenomenon is influenced by neoliberalism as a controller that keeps users by following these rules. The practice of personal branding and market mediation due to the influence of neoliberalism which then produces humans as commodities that can be traded through experience.