

Star Studies Terhadap Beauty Vlogger Cinderella

Celine Dian Lukartono, Fanny Lesmana, & Megawati Wahjudianata

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

celinedian1809@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui *image* seperti apa yang diinterpretasikan oleh *beauty vlogger* Cinderella. Melalui metode *star studies* oleh Richard Dyer, serta dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Ditemukan bahwa Cinderella menunjukkan *image self-esteem* dan aktualisasi diri. Dengan *makeup* karakter, serta kepribadiannya yang ceria, suka ngelawak, *self love*, dan *body positive* membuat Cinderella merasa menjadi dirinya sendiri dan menjadi lebih percaya diri. Hal tersebut ditunjukkan melalui segi visual, verbal, dan non-verbal, yang didapat melalui video YouTube, media sosial, serta wawancara dengan media online.

Kata Kunci: *Star Studies, Star Image, Cinderella.*

Pendahuluan

Cinderella merupakan *beauty vlogger* yang berasal dari Indonesia. Cinderella yang bernama lengkap Marcella Febrienne Hadikusumo kelahiran 4 Februari 1995 ini lahir dan tumbuh besar di Jakarta. Memang Cinderella bukan merupakan *beauty vlogger* pertama yang ada di Indonesia, serta *subscriber*-nya pun juga masih kalah bersaing dengan beberapa *beauty vlogger* lainnya, seperti Tasya Farasya, Rachel Goddard, dan lainnya. Namun dengan keunikan karakter *makeup*-nya Cinderella berhasil dikenal sebagai salah satu *beauty vlogger* di Indonesia, dengan usianya yang terbilang masih sangat muda. Cinderella telah memulai *channel* YouTube-nya pada tahun 2009. Namun video pertama yang dia unggah di YouTube bukan mengenai tutorial *makeup* seperti sekarang, melainkan *cover* lagu Jason Mraz. Cinderella mengawali karier di dunia *makeup* sejak 2015 hingga saat ini. YouTube *channel*-nya pada 08 Juni 2020 ini sudah mencapai 349K *subscribers*.

Melalui kemampuan *makeup*-nya tersebut, membuat Cinderella tampil dalam program acara Sarah Sechan di NET sebagai bintang tamu pada 20 April 2018 (www.youtube.com/SarahSechanNet). Selain pernah tayang dalam acara televisi Cinderella juga mencapai beberapa prestasi, seperti menjadi bintang tamu dalam acara *Asia Next Top Model 2017 Cycle 5 with Maybelline* (www.idntimes.com). Di tahun yang sama Cinderella pernah masuk dalam nominasi “*Top 4 Indonesian*

Beauty Influencer” dan berhasil memenangkan nominasi tersebut dalam *Influence Asia 2017* (www.instagram.com/cinderella). Pada tahun 2018, Cinderella berhasil menang sebagai “*Beauty Influencer Of The Year*” dalam acara *Zalora Style Awards 2018* (m.dream.co.id). Sedangkan pada September 2019 yang lalu, Cinderella juga diberikan kesempatan untuk menghadiri acara *New York Fashion Week (NYFW) Spring / Summer 2020* (www.idntimes.com).

Di luar kemampuan dan prestasi Cinderella dalam bidang *makeup*, Cinderella juga merupakan salah satu *beauty vlogger* dan *influencer* yang dikenal karena memiliki sifat yang kocak dan tidak jaim (www.idntimes.com). Cinderella juga berhasil berkiprah dalam dunia musik di Indonesia dan sudah memiliki beberapa lagu. Pada bulan Maret 2018 Cinderella merilis sebuah lagu bersama dengan NOVAKANE yang berjudul “*My Favourite Position*”. Setelah itu pada bulan November 2018, Cinderella merilis sebuah lagu bersama dengan Ben Sihombing dengan lagunya yang berjudul “Hati”, dan pada bulan Oktober 2018 Cinderella membuat lagu bersama dengan beberapa *beauty vlogger* lainnya (Titan Tyra, Nanda Arsyinta, Ramengvrl, Minyo33) dengan lagunya yang berjudul “*Pretty Real*”. Tak hanya itu *style fashion*-nya pun menjadi panutan bagi para kaum millenials (www.idntimes.com).

Penelitian ini berupaya untuk menemukan *image* Cinderella dalam menjadi YouTuber dan *Beauty Vlogger* di Indonesia, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana *image* seorang bintang dapat dipelajari. Dengan menggunakan metode *star studies*, dimana *star studies* merupakan sebetulnya analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam berbagai sumber. *Star studies* adalah bentuk analisis yang menggunakan berbagai sumber data dan metode untuk menganalisis fenomena dari seorang bintang (Stokes, 2003, p.93). Richard Dyer melihat *image* seorang bintang melalui berbagai kategori teks. Seorang bintang tidak hanya bintang film saja melainkan juga dalam semua jenis media publisitas dan promosi. Faktor lain yang mempengaruhi pembentukan *image* bintang adalah karakter yang dimainkan serta *performance* yang tentunya digunakan seorang bintang untuk menggambarkan perannya. Bintang dimediasi oleh identitas, konstruksi tekstual agar audiens tidak mengetahui orang sebenarnya, melainkan sebuah *image* yang ditunjukkan. (McDonald, 2000, p.6).

Sebagaimana penelitian terdahulu yaitu *Star Studies* Konstruksi terhadap *image* androgynous YouTuber “Jovi Adhiguna Hunter” oleh Gabrielle Julietta Pradika (2017, Universitas Kristen Petra). Dimana melalui metode *star studies*, Jovi Adhiguna dikenal dengan YouTuber sekaligus *beauty vlogger* yang memberikan *image* androgini yang melekat pada dirinya. Selain itu *Star Image* Anggun C Sasmi oleh Anita Eka Trisanti (2017, Universitas Kristen Petra). Dimana melalui metode *star studies*, dapat ditemukan bahwa Anggun mengubah *image*-nya dari aliran musik rock menjadi pop, serta Anggun mengkonstruksikan dirinya dengan *image* sebagai artis Internasional yang menyuarakan pro LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender). Sedangkan penelitian terdahulu lainnya yaitu *Star Image* Emma Watson Sebagai *Celebrity Feminist: Star Studies* Richard Dyer pada Karakter Belle dalam Film *Beauty and The Beast 2017* oleh Putri Dian Nitami (2018, Universitas Brawijaya). Dimana melalui metode *star studies* dalam

penelitian tersebut, dapat menggambarkan *star image* Emma Watson sebagai *celebrity feminist* dan model feminisme-nya melalui karakter yang dimainkannya di film *Beauty and The Beast*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti akan menggunakan metode *star studies* untuk melihat bagaimana *image* Cinderella sebagai *beauty vlogger* di Indonesia?

Tinjauan Pustaka

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum, dan dunia virtual. Definisi media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010), yaitu sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi, p. 26, 27).

YouTube & YouTuber

Situs video *upload* YouTube ini lahir pada tahun 2005 yang didirikan oleh 3 (tiga) karyawan perusahaan *finance online PayPal* di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, And Jawed Karim. Nama YouTube sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California (Edy Chandra, Universitas Tarumanagara Jakarta, 2017). Sejak itu YouTube menjadi situs yang bertumbuh dengan pesat. Melalui YouTube seseorang dapat menuangkan ide serta kreativitasnya melalui sebuah konten (Shera Aske Cecariyani dan Gregorius Genep Sukendro, Universitas Tarumanagara Jakarta, 2018).

Saat ini banyak orang yang telah menjadikan Youtube sebagai lahan bisnis, yaitu menjadi seorang YouTuber. Untuk menjadi seorang YouTuber memang membutuhkan investasi dalam jumlah yang besar, karena untuk menjadi seorang YouTuber pasti membutuhkan alat perekam dan editing yang tentunya tidaklah murah. Selain itu seorang YouTuber juga membutuhkan kreatifitas, dimana seorang YouTuber memiliki *channel* YouTube yang di dalamnya berisikan konten-konten seperti *vlog*, tutorial, *review*, *prank* dan sebagainya. Tentunya konten tersebut harus memiliki ciri khas dan kreatifitas tersendiri dari setiap YouTuber-nya (Shera Aske Cecariyani dan Gregorius Genep Sukendro, Universitas Tarumanagara Jakarta, 2018).

Instagram

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram

sendiri. Instagram sendiri berasal dari kata Insta yang berarti instan dan Gram yang diambil dari kata telegram. Pada awal mulanya Instagram merupakan aplikasi gratis dari iTunes yang memiliki fungsi utama yaitu untuk mengunggah foto-foto. Namun Instagram semakin dikenal banyak orang setelah dibeli oleh Facebook dengan harga 1 Milliar Dollar. Hal tersebut membuat aplikasi Instagram ini berkembang, seperti Instagram untuk Blackberry, Android dan sebagainya (Bulan Cahya dan Much Yulianto, Universitas Diponegoro Semarang).

Star Image

Star image merupakan cara identitas atau bintang menggambarkan dirinya demi keperluan media maupun dirinya sendiri. Richard Dyer melihat *image* seorang bintang melalui berbagai kategori teks. Seorang bintang tidak hanya bintang film saja melainkan juga dalam semua jenis media publisitas dan promosi. Faktor lain yang mempengaruhi pembentukan *image* bintang adalah karakter yang dimainkan serta *performance* yang tentunya digunakan seorang bintang untuk menggambarkan perannya. Bintang juga dapat dikategorisasikan melalui variabel sosial, seperti umur, ras, jenis kelamin, serta kewarganegaraan. Bintang dimediasi oleh identitas, konstruksi tekstual agar audiens tidak mengetahui orang sebenarnya, melainkan sebuah *image* yang ditunjukkan (McDonald, 2000, p.6).

Star Studies

Star studies merupakan bentuk analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam berbagai sumber yang berbeda-beda (Stokes, 2003, p.93). Analisis tersebut melibatkan pengamatan di banyak tempat, dimana bintang-bintang tersebut difigurkan. Selain bintang film, *star studies* juga dapat dilakukan pada bintang televisi dan bintang dalam bidang hiburan lainnya. Cara kerja *star studies* yaitu menggali pesona atau *image* bintang tertentu. *Image* bintang selalu dikonstruksi melalui integrasi manipulasi teks yang berbeda, seperti poster film, artikel majalah, situs internet, iklan, gosip, dan lain sebagainya. Kebenaran sesungguhnya dibalik peran dan *image* buatan di panggung depan tidak pernah dapat sepenuhnya diungkapkan (Stokes, 2003, p.9).

Beauty Vlogger

Vlogger merupakan sebutan dari orang yang membuat atau melakukan kegiatan yang bernama *vlog*. *Vlog* sendiri merupakan singkatan dari kata *video* dan *log*, yang menampilkan konten multimedia meliputi gambar diam maupun bergerak, kumpulan teks, dan audio (Bukan Speaking Biasa, p. 118). *Beauty Vlog* merupakan sebuah tema yang menampilkan cara berdandan (*makeup*) dan mengoleksi alat *makeup*. Para *beauty vlogger* bisa membuat konten, seperti tutorial *makeup*, *review* kosmetik, tips kecantikan, dan lain sebagainya. Meskipun *makeup* dan kecantikan identik dengan para wanita, namun tidak menutup kemungkinan bagi para pria. Sudah banyak juga contohnya *beauty vlogger* pria yang sukses meraih banyak *subscribers*, seperti James Charles, Manny Mua, Jovi Adhiguna, Andreas Lukita, dan lain-lain (Bukan Speaking Biasa, p. 126).

Self-esteem

Self-esteem menurut Nathaniel Branden adalah keyakinan dalam kemampuan untuk bertindak dan menghadapi tantangan hidup ini. Keyakinan dalam hak kita untuk bahagia, perasaan berharga, layak, memungkinkan untuk menegaskan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan kita serta menikmati buah dari hasil kerja keras kita (Branden, 1992). *Self-esteem* merupakan evaluasi individu untuk mengubah atau untuk mengembangkan keterampilan sosial, fisik dan akademis (Lawrence, 2006). Rusli Lutan memaparkan bahwa *self-esteem* adalah penerimaan diri sendiri, oleh diri sendiri berkaitan bahwa kita pantas, berharga, mampu dan berguna tak peduli dengan apa pun yang sudah, sedang atau akan terjadi. Tumbuhnya perasaan aku bisa dan aku berharga merupakan inti dari pengertian *self-esteem* (Lutan, 2003). Sedangkan menurut Maslow, harga diri sebagai suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia (Rohmah, 2012).

Battle (Marjohan, 1997), terdapat tiga komponen *self-esteem*, yaitu *General self-esteem* mengacu pada perasaan keseluruhan seseorang terhadap *self-worth* yang bertentangan dengan *self-esteem* dalam kaitannya dengan aktivitas tertentu atau keterampilan, perasaan harga diri, kepercayaan diri, serta persepsi keseluruhan individu dari nilai mereka yang merupakan hasil dari pengalaman masa lalu dan sejarah individu. Lalu *social self-esteem* adalah aspek harga diri yang mengacu pada persepsi individu terhadap kualitas hubungan mereka dengan teman sebaya serta kemampuan untuk terlibat dalam interaksi interpersonal individu hidup dalam dunia sosial. Kenyamanan merupakan hal yang penting untuk interaksi sosial. Terakhir ada *personal self-esteem* adalah cara melihat diri sendiri dan berkaitan erat dengan *self-image*. Hal ini sangat penting karena akan mempengaruhi cara seseorang merasa tentang dirinya dan bagaimana seseorang berperilaku dalam situasi yang menantang.

Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk menjadi yang terbaik yang bisa dilakukan. Rogers (Schultz, 1993) mengatakan bahwa setiap orang memiliki kecenderungan dan kebutuhan aktualisasi diri untuk mengembangkan seluruh potensinya. Schultz (Hanifah, 2005) percaya bahwa kecenderungan aktualisasi diri ditemukan pada semua makhluk. Manusia sebagai makhluk hidup mempunyai kecenderungan untuk beraktualisasi diri. Kecenderungan aktualisasi diri didefinisikan oleh Rogers (Hanifah, 2005) sebagai suatu proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat serta potensi-potensi psikologis unik yang dimiliki.

Maslow (Hanifah, 2005) menyatakan bahwa kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan untuk menjadi segala sesuatu yang dia mampu untuk menjadi seseorang yang menerima tekanan tertinggi sekalipun menuju ke arah fungsinya secara penuh dan menggunakan semua bakat, kapasitas, dan potensinya. Maslow (Siswandi, 2002) menandai kebutuhan aktualisasi diri sebagai hasrat individu untuk menjadi seseorang yang sesuai dengan keinginan dan potensi yang dimiliki atau hasrat untuk menyempurnakan diri melalui penggunaan

segenap potensi yang dimiliki. Bentuk pengaktualisasian diri ini berbeda pada setiap orang. Hal ini mencerminkan adanya perbedaan individu.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Selain itu penelitian ini juga menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

Jenis penelitian ini merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 1988). Selain itu jenis penelitian ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005). Jenis penelitian ini juga merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat (Whitney, 1960).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Cindercella sebagai seorang *beauty vlogger* di Indonesia. Sedangkan objek dari penelitian ini sendiri yaitu *star image* yang dikonstruksikan Cindercella sebagai *beauty vlogger* Indonesia melalui video-video dalam *channel* YouTube Cindercella, media sosial (Instagram), serta pemberitaan-pemberitaan mengenai Cindercella oleh pers melalui berbagai media online (idntimes, kompas, woop.id, dan lain sebagainya).

Analisis Data

Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, yang dibagi ke dalam beberapa tahap. Pertama yaitu menafsirkan teks yang dikaji, kedua yaitu membuat generalisasi dari teks yang telah dikaji, dan yang terakhir dari hasil analisis tersebut, peneliti mengambil kesimpulan dari apa yang sudah dianalisis mengenai *star image* Cindercella.

Temuan Data

Visual

Unsur-unsur dalam visual adalah bagaimana seseorang tampil atau menunjukkan dirinya dalam bentuk foto maupun gambar. Dalam hal ini peneliti akan meneliti makeup dan perlengkapan yang digunakan Cinderella dalam video YouTube dan foto-foto di media sosialnya.



Gambar 1. *Makeup* Karakter Cinderella

Cinderella memiliki kemampuan dalam *makeup* karakter. *Makeup* karakter yang dibuatnya juga bermacam-macam, seperti membuat karakter binatang, karakter dengan tema *halloween*, dan sebagainya.



Gambar 2. Gaya Cinderella Dalam Berfoto

Cinderella juga dikenal dengan kepribadiannya yang lucu. Hal tersebut dapat dilihat dari gaya berfoto-nya, Cinderella sering mengunggah foto dirinya dengan gaya yang unik. Sehingga banyak warganet yang heran atas rasa percaya dirinya dalam mengunggah foto-foto dengan gaya yang aneh dan unik tersebut.

Verbal

Unsur-unsur dalam verbal adalah bagaimana seseorang berbicara secara verbal saat tampil atau menunjukkan dirinya baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Dalam hal ini peneliti akan meneliti ucapan Cinderella dalam video YouTube maupun media online.

Cinderella di kenal oleh para penggemarnya memiliki kepribadian yang ceria dan suka ngelawak. Namun Cinderella berkata bahwa dirinya juga tidak setiap saat ceria dan bisa membuat orang lain tertawa di setiap harinya.

- “Seperti kalian-kalian juga, saya juga manusia jadinya aku juga gak selalu *happy* dan ngelawak *all 24/7* gitu, tapi ya apa yang aku *post* di Instagram atau di sosial media itu adalah apa yang aku pilih untuk di kasih liat ke orang-orang gitu. Jadi kalo misal lagi sedih ya kali aku nangis gitu di *post* atau lagi sebel sama siapa gitu di *post*, sama kok aku kayak kalian juga pernah sedih, sering juga sedih, sering senang, sering sedih. Jadinya gimana jadi ceria terus, ya gak bisa tu ceria terus pasti semua manusia punya *ups and downs* nya gitu”
- “Kalau aku diundang ke *talkshow*, mereka ketawa, *excited* ketemu karena bikin mereka ketawa, itu kayaknya hal nomor satu yang bikin aku senang dengan pekerjaan aku. Susah banget jelasinnya, tapi aku senang banget liat orang ketawa kayak gara-gara sesuatu yang aku lakuin/omongin, aku memang suka banget sih, kalau aku ngomong apa, orang-orang ketawa. Emang pengen liat aku, apalagi di sosial media, sebagai orang yang positif, yang bisa menghibur. Istilahnya, kalau lo nge-*follow* gue, lo bakal ketawa. Kalau menurut aku nggak lucu, nggak akan aku *posting*”

Cinderella menunjukkan bahwa dengan *self love*, membuat dirinya lebih bersyukur dengan apa yang dimilikinya saat ini, dan tidak memikirkan perkataan orang lain yang buruk terhadap dirinya.

- “*Since then, I’ve been living my happy life and I am more than grateful for I am today Me, Myself, and My makeup is the one who make me the person that I am today.* Buat aku, bisa bertemu dengan *international makeup influencer*, bisa jadi bagian dari Asia Next Top Model, bisa ngebahagiain Papa Mama itu yang terpenting. Bisa nge-rap nganggo bahasa jawa, bisa bertemu dengan sahabat-sahabat ku yang hebat, dan yang terpenting aku bisa menjadi diri aku sendiri”

Cinderella selalu merasa bahwa tubuhnya tidak sempurna. Oleh karena itu dirinya ingin menjadi seorang yang *body positive*. Dengan belajar menjadi pribadi yang *body positive*, membuat Cinderella mencintai dirinya dengan apa adanya dan menjadi dirinya sendiri.

- “Di dunia yang ideal, aku pengennya Cella itu seorang yang *body positive*, yang bodo amat aku mau pake apaan aja. Terus, foto dengan sepede itu, terus bilang, gila hari ini gue cakep banget. Lihat nih, lipatan perut gue. Kayak pengen, yah ilah, paha gue gede banget. *I love it.* Pengen banget karena banyak temen aku yang kayak gitu dan aku ter-*inspire* banget sama mereka, tapi tetap buat aku sendiri, pake baju segini aja aku merasa takut (dengan memegang sweater merah lengan panjangnya dan melirik wide-leg denim yang dipakainya)”

Non-Verbal

Unsur-unsur dalam non-verbal adalah bagaimana seseorang tampil atau menunjukkan dirinya melalui suara, gesture, serta mimik wajah.

Cinderella seringkali terdengar berbicara menggunakan dialek bahasa Jawa. Dalam video-video yang diunggahnya melalui *channel* YouTube maupun media sosialnya, meskipun lebih banyak berbicara menggunakan dialek bahasa Indonesia.

- “Aduh, didelok kan saru dul-dul (sambil membenarkan bajunya yang sedikit turun) cah wedok kok klambine koyo ngono, yo rapopo jarene sopo aku ra oleh nganggo klambi sing koyo ngene, bacot”



Gambar 3. Mimik Wajah Cinderella

Dalam akun media sosialnya (Instagram), Cinderella tampak sering menunjukkan ekspresi atau mimik wajah yang konyol. Hal ini pula yang membuat Cinderella dikenal dengan pribadi yang lucu dan percaya diri dalam mengunggah foto-fotonya yang aneh.

Analisis dan Interpretasi

Setelah peneliti melakukan temuan dan analisis data, dapat terlihat bahwa Cinderella sedang menunjukkan kepada publik sebagai seorang *beauty vlogger* yang menampilkan kemampuannya dalam ber-*makeup* karakter dan ditambah dengan lawakannya. Melalui media sosial-nya yaitu Instagram dan YouTube, Cinderella berhasil menunjukkan kemampuannya tersebut hingga dapat dikenal oleh publik. Dengan melakukan *makeup* karakternya tersebut Cinderella merasa lebih percaya diri.

Menurut Richard Dyer *image* seorang bintang dapat dilihat melalui berbagai kategori teks. Seorang bintang tidak hanya bintang film saja melainkan juga dalam semua jenis media publisitas dan promosi. Cinderella memperlihatkan hasil karya *makeup*-nya melalui media sosial maupun *channel* YouTube pribadinya. Cinderella menunjukkan kesenangannya dalam *makeup* yang dibuat olehnya menjadi sebuah karya yang unik.

Dari segi visual, verbal, serta non-verbal peneliti menemukan bahwa Cinderella menunjukkan dirinya sebagai sosok yang selalu ceria dan suka ngelawak. Cinderella juga mengatakan dengan ngelawak membuat dirinya lebih percaya diri, karena dengan ngelawak Cinderella merasa menjadi dirinya sendiri. Menurutnya dengan menjadi diri sendiri itu membuat dirinya lebih percaya diri. Peneliti juga melihat bahwa Cinderella ingin menunjukkan diri sebagai seseorang

yang menerapkan *self love* dalam kehidupannya. Selain itu Cinderella juga ingin menunjukkan diri sebagai sosok yang *body positive*, karena Cinderella selalu merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya (*insecure*).

Menurut Dyer *image* seorang bintang dikontekstualisasikan oleh sirkulasi bahan biografi dan pribadi yang membingkai penampilan mereka di dalam dan di luar layar (King, in Gledhill, ed.,240). Seorang bintang juga tidak sepenuhnya unik, *image* seorang bintang muncul baik biasa maupun luar biasa dihadapan publiknya. Bintang muncul seperti orang lain dalam masyarakat melalui *image* tersebut. Namun bintang juga ditunjukkan secara luar biasa, sehingga entah bagaimana terpisah dari masyarakat.

Sedangkan melalui segi non-verbal, peneliti menemukan bahwa Cinderella seringkali berbicara menggunakan dialek bahasa Jawa. Dari sini Cinderella menunjukkan bahwa, meskipun lahir dan tumbuh besar di Jakarta tidak menghambat dirinya untuk bisa berdialek bahasa Jawa. Namun semuanya kembali kepada pemahaman audiens mengenai *image* seorang bintang, yang tentunya juga membawa banyak perbedaan secara sosial dan kultural. Sehingga pengetahuan mengenai bintang tersebar secara berbeda dalam masyarakat serta *image* seorang bintang bisa diinterpretasikan secara berbeda-beda. Makna *image* seorang bintang tidak dibatasi oleh sumber yang menampilkan bintang, namun dihasilkan melalui interaksi antara audiens dan teks bintang (McDonald, 2000, p.7).

Dengan demikian peneliti melihat bahwa Cinderella sedang menginterpretasikan *image self-esteem*, namun Cinderella lebih menjerumus kepada *general self-esteem*, dimana mengacu pada perasaan keseluruhan seseorang terhadap *self-worth* yang bertentangan dengan *self-esteem* dalam kaitannya dengan aktivitas tertentu atau keterampilan, perasaan harga diri, kepercayaan diri, serta persepsi keseluruhan individu dari nilai mereka yang merupakan hasil dari pengalaman masa lalu dan sejarah individu (Marjohan, 1997). Seperti yang dipaparkan oleh Cinderella bahwa dirinya lebih fokus untuk belajar menerima dirinya sendiri atau mencintai dirinya sendiri (*self love*), melalui karyanya dalam *makeup* karakter yang unik, serta ngelawak. Karena dengan melakukan hal tersebut membuat Cinderella lebih memperoleh rasa percaya dirinya untuk tampil di depan publik.

Selain itu peneliti juga melihat adanya interpretasi *image* aktualisasi diri, dimana kecenderungan aktualisasi diri ini sebagai suatu proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat serta potensi-potensi psikologis unik yang dimiliki (Hanifah, 2005). Hal tersebut dapat terlihat pada diri Cinderella dimana dirinya juga mengungkapkan bahwa dengan melakukan *makeup* karakter dan ngelawak membuat dirinya merasa menjadi dirinya sendiri. Dengan menjadi dirinya sendiri tersebut membuat Cinderella menjadi lebih percaya diri.

Peneliti juga melihat bahwa Cinderella menerapkan mistifikasi, dimana adanya dua wilayah dalam kehidupan seseorang yaitu wilayah depan dan wilayah belakang. Wilayah depan Cinderella dimana saat dirinya tampil dalam media sosial, YouTube, atau saat diwawancarai dalam sebuah media. Dimana di wilayah depan tersebut Cinderella menginterpretasikan *image self-esteem* dan aktualisasi

diri. Melalui *makeup* karakter, kepribadiannya yang ceria dan suka ngelawak, *self love*, serta *body positive*. Sedangkan di wilayah belakang, merupakan saat Cinderella menjadi orang biasa di luar media. Seperti dalam salah satu pengakuannya dalam kepribadiannya yang dikenal selalu ceria dan suka ngelawak, bahwa dirinya juga manusia yang tidak bisa selalu ceria dan ngelawak setiap saat. Namun dirinya juga pernah mengalami yang namanya sedih dan marah. Hanya saja Cinderella memilih apa yang menurutnya pantas untuk di *post* dan ditunjukkan kepada publik. Dirinya juga tidak ingin terlihat rapuh atau lemah di hadapan orang-orang, oleh sebab itu Cinderella selalu mengunggah apa yang menurutnya lucu dan menghibur orang lain.

Dyer juga mengatakan, *image* seorang bintang terdiri dari segudang artikel, foto, video, wawancara, dan tentu saja film yang menampilkan bintang tersebut tidak pernah menyatu menjadi satu *image* dengan *image* bintang yang sebenarnya (di luar layar).

Simpulan

Dengan ini peneliti melihat Cinderella telah menunjukkan rasa ingin belajar lebih lagi untuk menerima dirinya sendiri atau mencintai dirinya sendiri (*self love*) yang dapat membantu dirinya untuk lebih percaya diri. Cinderella juga menunjukkan dimana dirinya merasa menjadi dirinya sendiri saat melakukan *makeup* karakter dan ngelawak. Hal tersebut juga membantu Cinderella untuk lebih percaya diri di depan publik. Tampak juga bahwa Cinderella menerapkan mistifikasi, dimana saat dirinya tampil dalam media sosial, YouTube, atau saat diwawancarai dalam sebuah media (wilayah depan), Cinderella menunjukkan *image*-nya melalui *makeup* karakter, kepribadiannya yang ceria dan suka ngelawak, *self love*, serta *body positive*. Berbeda dengan Cinderella saat menjadi orang biasa di luar media (wilayah belakang).

Daftar Referensi

- Aprillia, N. (2015). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri*. Published undergraduate thesis, Universitas Pasundan, Bandung.
- Cecariyani, S. A, Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*. (Vol. 2, No. 2, Desember 2018). Published undergraduate thesis, Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Chandra, E. (2017). *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*. (Vol. 1, No. 2, Oktober 2017). Published undergraduate thesis, Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Dyer, Richard. 2004. *Stars*. London: BFI.
- McDonald, P. 2000. *The star system: Hollywood's production of pop culture*. London: Wallflower Publishing Limited.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nitami, P. D. (2018). *Star Image Emma Watson Sebagai Celebrity Feminist: Star Studies Richard Dyer Pada Karakter Belle Dalam Film Beauty and The Beast 2017*. Published undergraduate thesis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Nurhalimah, Sitti, Dkk. *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Pradika, G. J. (2017). *Star Studies Terhadap Konstruksi Image Androgynous YouTuber "Jovi Adhiguna Hunter"*. (Skripsi No. 20011305/KOM/2017). Published undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Putri, T. D. (2007). *Kebutuhan Aktualisasi Diri Pada Remaja Penyandang Tunanetra Yang bersekolah Di Sekolah Umum Ditinjau Dari Kematangan Emosi Dan Self Disclosure*. Published undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Putri, V. M. (2019, Desember 10). 5 Cara Mendapatkan Uang dari YouTube dengan Mudah. Detik Cyber Media. Retrieved Juni, 1, 2020, from <https://inet.detik.com/tips-dan-trik/d-4817585/5-cara-mendapatkan-uang-dari-youtube-dengan-mudah>
- Refnadi. (2018). *Konsep Self-esteem Serta Implikasinya Pada Siswa*. (Volume 4 Nomor 1, April 2018). Indonesian Institute for Counseling, Education and Therapy (IICET).
- Stokes, Jane. 2003. *How to do media & cultural studies*. London: SAGE Publications.
- Trisanti, A. E. (2017). *Star Image Anggun C Sasmi*. (Skripsi No. 20011329/KOM/2017). Published undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.