

Konstruksi *Image* Awkarin di Media Sosial dan Media *Online*

Halim Adiputra Setiawan, Fanny Lesmana, & Megawati Wahjudianata

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

galeryadit@gmail.com

Abstrak

Penelitian *star studies* terhadap *Influencer* Awkarin, dengan pendekatan kualitatif deskriptif dilakukan dengan melihat bagaimana konstruksi *image* yang dibentuk oleh Awkarin. Melalui analisa teks media *Youtube*, *Instagram*, serta berita *online* dengan menggunakan metode *star studies* milik Richard Dyer, Gledhill, dan Jane Stokes ditemukan bahwa Awkarin membentuk *image Fashionable* menggunakan status sosial simbol untuk menciptakan citra dirinya yang *Histrionic Personality*, hedonisme, serta memiliki jiwa sosial dalam membantu bencana sosial. *Image* Awkarin dikonstruksikan sebagai Selebgram atau *influencer* di media sosial dan media *online*, dan aware terhadap kesehatan mental.

Kata Kunci: *Star studies*, *Fashionable*, Hedonisme, *Influencer*

Pendahuluan

Sebagai seorang *Influencer*, Karin Novilda atau yang biasa disebut sebagai Awkarin tampil percaya diri untuk menunjukkan bakatnya dalam mengiklankan barang yang dipromosikannya melalui media sosialnya. Awkarin juga dikenal memiliki banyak *followers Instagram* sebanyak 5,3 juta pada 15 November tahun 2019. Ia mempunyai manajemen artis sendiri dan mengenakan pakaian yang harganya mahal. Serta menjadi *model* dengan jadwal yang padat (Popbella.com, 2019).

Awkarin mulai dikenal luas saat ia membagikan makanan sebanyak tiga ribu nasi kotak kepada para mahasiswa pada saat aksi unjuk rasa menolak RKUHP di Gedung DPR RI pada September 2019 (Brilio.net, 2019). Dari hal tersebut Awkarin mendapat dukungan salah satunya Dian Sastrowardoyo. Melalui *Instastory*-nya, ia memberi dukungan kepada Awkarin atas aksinya terjun langsung untuk membagikan tiga ribu nasi kotak kepada para mahasiswa yang sedang berdemo. Hal tersebut akhirnya direspon oleh Awkarin dengan mengucapkan terima kasih kepada Dian Sastrowardoyo melalui *Instastory* (Merdeka.com, 2019).

Dalam penelitian *star studies*, peneliti ingin melihat perubahan *image* seperti apa yang dilakukan Awkarin, peneliti menggunakan metode penelitian *star image* dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa ucapan atau

tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri. Subjek penelitian bisa berupa organisasi ataupun individu (Bogdan, 1972, p. 21-22).

Awkarin juga menjadi seorang bintang dari *image* seperti apa yang dipublikasikan oleh media. Gledhill menjelaskan, *image* menunjukkan identitas dimana seorang bintang memiliki sedikit kontrol karena itu dihasilkan tidak hanya dari apa yang mereka gunakan secara pribadi dan aspek karakter yang mereka mainkan dalam film tetapi juga apa yang beredar, termasuk apa yang dikatakan dalam media (Shingler & Gledhill 2008: 68).

Dyer melihat bahwa *image* seorang bintang yang dibangun dari berbagai kategori teks, termasuk tidak hanya penampilan film, tetapi juga bentuk publisitas dan promosi. Selain itu, faktor lain yang berkontribusi terhadap *image* seorang bintang adalah karakter yang mereka mainkan dan penampilan yang mereka gunakan untuk menggambarkan perannya (McDonald, 2000. p.6). Menurut Dyer (1998, p.6), bintang merupakan bagaimana orang melihat dan memberikan pendapat tentang dirinya. Awkarin sebagai *influencer* di sosial media seperti *Instagram* dan *Youtube*, dan kerap kali dikenal sebagai seorang *bad girl* dan *drama queen* namun sekarang berubah menjadi seorang *good girl* dengan melakukan kegiatan-kegiatan aktivisme dan peduli terhadap isu yang ada di Indonesia (Tirto.id, 2019). Melalui latar belakang tersebut diatas, peneliti menggunakan metode *star studies* untuk melihat konstruksi apa yang dilakukan Awkarin dalam media untuk menciptakan *image* dalam dirinya ?

Tinjauan Pustaka

Star Studies

Star Studies merupakan bentuk analisis yang menggunakan berbagai sumber data dan metode untuk menganalisis fenomena dari seorang bintang (Stokes, 2003, p.93). Bintang adalah orang yang tergabung dalam film. *Star studies* tidak mengkhawatirkan siapa orang dibalik sosok bintang itu namun memfokuskan pada *image* dari orang tersebut serta merupakan bentuk analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang terbentuk dari berbagai sumber (Stokes, 2003, p.93). *Star studies* atau studi bintang ialah menggali *image* bintang tertentu. Menurut Dyer (1998, p.6), bintang merupakan bagaimana orang melihat dan memberikan pendapat tentang dirinya. Dyer melihat bahwa *image* bintang yang dibangun di berbagai kategori teks, termasuk tidak hanya penampilan film bintang, tetapi juga bentuk publisitas dan promosi. Selain itu, faktor lain yang berkontribusi terhadap *image* bintang adalah karakter yang mereka mainkan dan gaya penampilannya tentunya mereka gunakan untuk menggambarkan perannya (McDonald, 2000. p.6).

Star Images

Star images merupakan cara identitas atau bintang menggambarkan dirinya demi keperluan media maupun dirinya sendiri. Terdapat faktor lain yang berkontribusi

terhadap *image* bintang adalah karakter yang mereka mainkan dan gaya penampilannya yang tentunya mereka gunakan untuk menggambarkan perannya (McDonald, 2000. p.6). Richard Dyer memandang *image* seorang bintang terkonstruksi dalam berbagai kategori teks, termasuk tidak hanya kemunculan dalam film, tetapi juga bentuk publikasi dan promosi. Bintang dikategorisasikan dalam variabel sosial dari umur, jenis kelamin, ras dan kebangsaan. Bintang dimediasi oleh identitas, konstruksi tekstual agar khalayak tidak mengetahui orang yang sebenarnya melainkan sebuah *image* yang ditunjukkan (McDonald, 2000, p.6).

Media Sosial

Media sosial sendiri bisa dikatakan sebagai media *online*, dengan para penggunanya yang bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sesuatu seperti jejaring sosial, *blog*, forum dan dunia virtual. *Blog* dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Haenlein, M, 2010, p.59-68). Sedangkan menurut Michael Cross media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube* adalah istilah yang digunakan untuk menggabungkan, bertukar informasi, dan menggunakan pesan berbasis *web*. Karena *internet* selalu berkembang, seperti *Youtube* dan *Instagram* juga berbagai teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna selalu berubah. Hal ini membuat media sosial lebih *hypertext* untuk berbagai penggunaan atau desain (Michael, 2013). Media Sosial sama halnya dengan publikasi, oleh karena itu menurut Dyer melihat bahwa *image* bintang yang dibangun di berbagai kategori teks, termasuk tidak hanya penampilan film bintang, tetapi juga bentuk publisitas dan promosi (McDonald, 2000. p.6).

Media Online

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku “Jurnalistik *Online*: Panduan Mengelola Media *Online*” menjelaskan media *online* sebagai media massa yang tersaji secara *online* di situs *web internet*. Menurut Romli di dalam buku tersebut, media *online* adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku, media elektronik, radio, televisi, dan film/video. Secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan *internet*). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs *web*, termasuk *blog*), *radio online*, *TV online*, dan *email*. (Syamsul, 2015).

Influencer

Menurut Hariyanti & Wirapraja, *influencer* adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141). Sedangkan berdasarkan pemahaman Brown & Hayes dalam bukunya yang berjudul “*Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?*” *influencer* merupakan pihak ketiga yang secara signifikan

membentuk keputusan pembelian pelanggan, tetapi pernah ikut bertanggung jawab untuk apa yang dilakukan oleh *influencer* tersebut (Brown & Hayes, 2008: 52).

Youtube dan Youtuber

Youtube sebagai salah satu media sosial adalah sebuah *website video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. *Youtube* didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di *Youtube* adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016:259). *Youtuber* di Indonesia, baik kelompok, individu, komunitas, hingga perusahaan besar, membuat video sesuai dengan ciri khas masing-masing untuk ditampilkan di *YouTube* dan sebagian dari mereka berhasil meraih kesuksesan dan menjadikan *YouTube* sebagai sumber mata pencaharian (Kompas.com, 2015). Awkarin tidak hanya sebagai *influncer* namun juga sebagai *youtuber* memberikan pengaruh kepada khalayak dengan memberi konten berupa *vlog*, edukasi, dan juga informatif kepada orang yang telah men-*subscribe* dirinya.

Fashion

Fashion merupakan aspek yang menyentuh pada kehidupan setiap orang dan mempengaruhi apa yang kita kenakan, menurut Troxell dan Stone di dalam bukunya yang berjudul “*Fashion Merchandising*”, mendefinisikan *fashion* sebagai gaya yang digunakan dan diterima oleh kalangan anggota dari sebuah kelompok di dalam satu waktu tertentu. *Fashion* erat kaitannya dengan gaya yang disukai, kepribadian seseorang, dan rentang waktu (Troxel & Stone, 1981). Dalam buku “*Consumer Behaviour : European Perspective*”, *fashion* adalah sebuah proses penyebaran sosial atau *social difussion* yaitu sebuah gaya baru diadopsi oleh suatu kelompok tertentu. *Fashion* dapat mengacu pada kombinasi dari beberapa atribut, Agar bisa dikatakan sebagai *fashion*, kombinasi tersebut harus dilakukan evaluasi secara rinci oleh sebuah kelompok tertentu. (Salomon, 2006. p.490).

Hedonisme

Amstrong (2003 : 15) mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Gaya hidup antara individu satu dengan yang lainnya akan berbeda. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman semakin canggih teknologi, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kotler (1993) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme seseorang dibedakan

menjadi dua faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan dari luar diri individu (eksternal).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Berdasarkan fenomena diatas, Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya. Penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik, melainkan mengandalkan isyarat, dan tindakan sosial lainnya (Mulyana, 2004, p.150). Moleong (2009) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif deskriptif mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti *image* yang dikonstruksi oleh *influencer* Awkarin adalah dengan menggunakan metode *star studies* milik Richard Dyer. *Star studies* didefinisikan sebagai analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam berbagai sumber. *Star studies* menjelaskan pengamatan di berbagai tempat bintang tersebut difigurkan (Stokes, 2007, p.103).

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah karakter dari seorang Awkarin saat ia mengunggah video yang berjudul "I Quit Instagram" dan melakukan *rebranding* atas dirinya sehingga ia mengalami perubahan *image*. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah *star image* yang dikonstruksikan Awkarin dalam berbagai media baik foto, video, wawancara di media sosial dan media *online*.

Analisis Data

Semua data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, akan dianalisis melalui tahapan-tahapan yang dijelaskan oleh Jane Stokes (2007, p.80-81): mendefinisikan objek penelitian; mengumpulkan teks dalam media (foto, video, wawancara di media sosial dan media *online*); menjelaskan teks media tersebut; menafsirkan makna dan implikasi masing-masing secara terpisah. Apa makna yang ada dalam sebuah teks media. Sehingga dapat dijabarkan *image* yang sedang dibentuk oleh Awkarin; menggeneralisasikan untuk mendapatkan hasil dari *star image* yang sedang dibentuk oleh Awkarin; membuat kesimpulan, peneliti menyimpulkan dari yang sudah dianalisis mengenai *star image* yang sedang dikonstruksikan oleh Awkarin melalui media sosial dan media *online*.

Temuan Data

Dari data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, maka peneliti melakukan analisis data tersebut dalam tiga kategori menurut Richard Dyer, yaitu dari segi visual, verbal, dan nonverbal. Analisis yang dilakukan berdasarkan triangulasi sumber. Dengan triangulasi sumber peneliti akan menganalisis data penampilan Awkarin di foto, video, wawancara di media sosial Instagram, Youtube, serta dalam media

online. Melalui data-data tersebut peneliti akan menganalisis *image* yang dikonstruksi dan ditampilkan oleh Awkarin dalam media. Menurut Patton triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Visual

Unsur-unsur dalam segi visual adalah bagaimana seseorang tampil atau menunjukkan dirinya, dan tampilan dirinya dalam foto dan gambar (McDonald, 2000, p.94). Peneliti akan meneliti pakaian dan aksesoris apa saja yang digunakan oleh Awkarin dalam foto di *Instagram*, wawancara di media *online*, dan video *vlog* di *Youtube* nya



Gambar 1. *Makeup Abstract* Awkarin

Banyak orang yang menggunakan *makeup* untuk menonjolkan dari sisi seni abstrak itu sendiri. Salah satunya di dalam hal *modeling*. Penggunaan *makeup* abstrak biasanya digunakan oleh model dan juga *influencer* yang menjadi *beauty vlogger* yang menunjukkan dari sisi kecantikan. Awkarin meniru apa yang dilakukan oleh orang lain tentang cara menggunakan *make up* salah satunya dengan *make up* abstrak. Yaitu untuk menunjukkan sisi seni dari dirinya sendiri dengan kesan *aesthetic*.



Gambar 2. Awkarin menggunakan *wig*

Awkarin menggunakan wig untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dari yang lain sebagai *Influencer*. Awkarin menggunakan wig yang berbeda-beda dari model hingga warna rambut. Hal itu menunjukkan bahwa ia sedang mengkonstruksikan *image*-nya sebagai *influencer* yang berbeda dari lain. Seperti dilansir dreamencyclopedia.org, *wig* adalah simbol dari otoritas spiritual dan penilaian. Dalam kepercayaan yahudi seorang wanita diharapkan menyembunyikan rambutnya agar tidak ada orang lain selain suaminya yang melihatnya. Sebagai seorang *influencer*, memakai *wig* merupakan hal penting. Seperti dijelaskan

sebelumnya bahwa menggunakan *wig* orang Eropa menunjukkan status sosial seseorang. Awkarin menunjukkan bahwa status sosialnya kepada khalayak dengan menggunakan *wig*.



Gambar 3. Tatto bermotif Mawar

Dari gambar diatas merupakan gambar tato yang sering dipakai oleh orang banyak. Juga ada kemiripan antara Awkarin dengan Evelyn Nada Anjani yang sama-sama memakai tato bergambar bunga mawar. Bisa disimpulkan bahwa Awkarin memakai tato bergambar mawar adalah untuk mengekspresikan dirinya sebagai kesenangan dan kenyamanan dengan bergambarkan bunga mawar sebagai lambang gairah, cinta, keindahan, dan kekuatan.



Gambar 4. *Fashion* Awkarin

Dalam salah satu video yang ia unggah di Youtube Channel-nya yang berjudul *things (not) to wear in public transportation*. Ia beberapa kali menunjukkan pakaian yang mengarah ke budaya barat. Walau tujuan video tersebut hanya untuk hiburan dan informasi untuk tidak memakai baju yang Awkarin kenakan tetapi video tersebut menunjukkan beberapa pakaian (*outfit*) yang merupakan budaya orang barat.



Gambar 5. Awkarin suka mengubah gaya rambut

Rambut Awkarin pernah sempat di *curly* atau di keriting pada saat ia mengunggah fotonya di *Instagram* pada 1 juli 2019. Sejarah rambut *curly* sendiri melansir dari makarizohairtrend.com sudah ada sejak lama yaitu pada jaman Mesir Purba (4000 tahun sebelum masehi). Rambut *curly* dimulai pada saat seorang ilmuwan yang bernama Marcel Grateau menciptakan catok yang membuat ikal rambut.

Verbal

Awkarin sebenarnya adalah nama beken di dalam sosial medianya namun nama asli dari *Influencer* ini adalah Karin Novilda. Ketika diwawancarai dengan Revival TV di *Youtube*, ia menjelaskan bahwa ia mendapatkan nama tersebut karena dari kepribadian nya dulu sebagai pendiam dan malu tampil di depan publik namun berubah menjadi orang aktif dan berani berbicara di depan banyak orang. Maka dari itu muncul ide nama yaitu Awkarin. Ia juga menjelaskan bahwa ia lebih senang dengan nama Karin Novilda dari pada Awkarin karena jika ia dikenal dengan nama Karin Novilda, adalah sosok orang yang peduli akan sesama dan lebih sabar dalam menghadapi konflik sedangkan jika ia dikenal dengan nama Awkarin menunjukkan bahwa ia adalah orang yang penuh drama, seenaknya sendiri, dan kontroversial. Meskipun nama di akun media sosialnya tetap bernama Awkarin, ia menjelaskan bahwa itu hanyalah nama di media sosialnya jangan dilihat melalui nama tapi kenalilah saya (Awkarin) sebagai sosok Karin Novilda.

Salah satu video dalam *Youtube Channel*nya yang berjudul *I Quit Instagram* yang ia unggah pada 22 Oktober 2018. Ada satu sesi dimana Awkarin menjelaskan pada saat ia masih dalam manajemen yang bernama Takis Management. Ia mengungkapkan bahwa ia disuruh menjadi seseorang yang bukan ia mau. Ia menjelaskan seakan dia memposisikan dirinya sebagai korban atas perlakuan dari manajemennya karena ia dibuat dengan *image* sebagai *bad girl* disuruh melakukan segala hal apapun karena seperti yang ia sampaikan ia sudah menandatangani kontrak dengan Takis Management

Saat Awkarin melakukan kegiatan sebagai aktivis bencana alam yang ia lakukan pertama kali adalah pada saat bencana gempa bumi di Donggala dan Sidi Sulawesi Tengah. Serta ia juga turut serta membantu dalam menanggulangi kebakaran hutan dan lahan di Palangkaraya. Pada saat diwawancara Terlihat dari apa yang Awkarin katakan menunjukkan perasaan kesal karena kecewa akan penduduk yang menjadi korban di Donggala dan Sidi, Sulawesi Tengah yang ingin meminta foto padahal ia sepenuhnya ingin menjadi relawan tanpa menunjukkan sisi dirinya sebagai seorang *influencer*. Hal ini menunjukkan bahwa Awkarin adalah orang yang tulus dalam membantu korban bencana gempa di Donggala dan Sidi, Sulawesi Tengah.

Non Verbal

Awkarin dalam wawancara nya dengan Revival TV, selalu terdengar suaranya yang berat atau 'ngebas'. Ia mengakui pada saat ditanya mengenai suaranya memang terlihat agak berat dan serak. Dilansir dari CNN Indonesia, perempuan yang memiliki suara berat dinilai kurang menarik dan aneh dan mayoritas dimiliki oleh pria. Karena pada umumnya perempuan memiliki suara yang tinggi. Penelitian yang diunggah dalam jurnal *PLOSONe* menyebutkan bahwa nada suara akan mempengaruhi pola pandang dan kapasitas kepemimpinan seseorang (Cnnindonesia.com, 2015).

Banyak sekali seseorang yang mempunyai suara berat, salah satunya yaitu Margharet Thatcher. Seorang perdana menteri Inggris pada tahun 1975-1979, memiliki suara yang berat setelah mengikuti kursus berbicara di Royal National Theatre, London. Pada saat itu ia dilatih oleh pelatih suara Dee Forest dan menunjukkan perubahan suara yang dialami Margharet Thatcher. Forest mengatakan suara Margharet bernada repetitif, bermelodi, dan memiliki tekanan saat ia berbicara kepada pers (Tirto.id, 2018).

Pada saat ia menjadi relawan dalam penanggulangan bencana kebakaran hutan dan lahan di Palangkaraya, Kalimantan Tengah. Ia sempat membuat pernyataan tentang terjadinya bencana kebakaran hutan dan lahan di Palangkaraya Kalimantan Tengah. Dari kata-kata yang Awkarin ucapkan ia sudah menganalisa sesuatu hal kenapa kebakaran hutan dan lahan ini terjadi. Maka dari itu ia paparkan apa saja kejanggalaan yang terjadi yang ia unggah di *Youtube Channel*nya sendiri. Dari ekspresi Awkarin, terlihat wajah yang serius tidak ada senyum sambil mengepalkan tangannya. Dilansir dari Kompas.com, mengepalkan tangan adalah seseorang yang menunjukkan bahwa ia sedang merasa tidak nyaman dan juga merasa marah. Hal tersebut merupakan salah satu bahasa tangan yang berperan dalam pengiriman sinyal di dalam pikiran alam bahwa sadar setiap manusia kepada lawan bicara atau kepada khalayak (kompas.com, 2010).

Analisis dan Interpretasi

Dalam membentuk identitasnya, Awkarin mengkonstruksikan *image* bahwa ia seorang aktivis dan mengungkap isu sosial dan dibuat dalam bentuk video yang diunggah di akun *Youtube Channel*nya. Bintang dimediasi identitas dan konstruksi tekstual agar publik tidak mengetahui seperti apa identitas asli dari orangnya melainkan *image* yang ditujukan (McDonald, 2000). Dyer (2004) menjelaskan bahwa sebuah *star image* yang dikonstruksi di berbagai kategori teks, tidak hanya dalam penampilan yang ditampilkan dalam film, namun juga dalam bentuk publisitas promosi.

Setelah peneliti melakukan pengolahan dan analisis data yang sudah ditemukan, terlihat bahwa *image* yang sedang dikonstruksikan oleh Awkarin baik di media *online* maupun media sosial melalui cara dia mengenakan sesuatu, cara berbicara dan bahasa yang ia gunakan. Awkarin membuat *image* dirinya sebagai orang yang *fashionable*, *fashion* sendiri didefinisikan sendiri sebagai kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* dengan desain yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang bisa memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu (veradamayanti.weebly.com, 2020). Awkarin adalah seorang *influencer* dengan melakukan promosi pada dirinya tidak hanya dalam pakaian, namun juga dalam hal *makeup* dan rambut, terkadang ia juga memakai *wig* dalam waktu tertentu. Pakaian yang dikenakan dan ia unggah di media sosial serta pada saat diwawancara oleh media *online* sehingga terlihat *fashionable*.

Ia menunjukkan sisi sebagai orang yang peduli akan isu sosial dan juga mau turut langsung berpartisipasi dalam membantu hal tersebut. Seperti peduli akan *mental illness* dan juga peduli akan korban yang terkena bencana alam di Indonesia. Tulus dalam membantu tanpa melihat orang sekitar menilai dirinya seperti apa. Ia menjadi orang yang peduli akan isu sosial serta turut berpartisipasi dalam membantu korban bencana alam adalah munculnya dorongan *self esteem* dari Awkarin. Karena dalam videonya yang berjudul *i quit instagram* dia ingin menjadi orang yang peduli dan humanis kepada orang lain. Hal tersebut terjadi karena evaluasi dalam dirinya dengan memberikan apresiasi dan penghargaan kepadanya sehingga muncul dorongan *self esteem* dari Awkarin (Coopersmith, 1967).

Mempunyai nama panggung Awkarin dengan nama asli Karin Novilda menunjukkan bahwa ia mempunyai *personality* yang berbeda di dunia maya dan di dunia nyata. Hal ini sangat bertentangan karena ia harus menunjukkan sisi dirinya sebagai Awkarin di dunia maya dan sisi dirinya sebagai Karin Novilda di dunia nyata. Perbedaan *personality* yang bertentangan tersebut menunjukkan adanya indikasi prinsip dualisme. Yaitu dua prinsip yang saling bertentangan. Istilah lain dualisme dapat diartikan sebagai keadaan yang menjadi dua dan tetap di dalam satu sistem yang berdasarkan dua prinsip yang menyatakan bahwa ada dua substansi (Kurniyati, 2018). Dengan kata lain walau Awkarin memiliki satu tubuh tetapi di dalam dirinya ada dua *personality* yang berbeda dan hal tersebut bertentangan yang satu sebagai Awkarin yang penuh drama dan kontroversial, sedangkan sebagai Karin Novilda sebagai orang yang peduli akan sesama.

Awkarin juga menunjukkan *image* berperilaku konsumtif karena mengikuti *fashion* dari budaya barat. Hal tersebut bisa menjadi sebuah gaya hidup. Gaya hidup tersebut dinamakan sebagai hedonisme. Dikarenakan dari segi *fashion* ia paling menonjol dalam hal tersebut dengan menunjukkan sisi jati dirinya sebagai *influencer* agar bisa diakui oleh para pengikutnya di media sosial maupun di dunia nyata. Hedonisme merupakan pola hidup yang kegiatannya seperti mencari kesenangan hidup seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang dengan keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Amstrong, 2003. P.15). banyak sekali perilaku dari hedonisme yang ia tunjukan seperti melakukan pemotretan ditengah kota dan juga selalu membuat hal yang *viral* agar menjadi pusat perhatian.

Dalam hal ini peneliti menjabarkan bahwa banyak hal yang Awkarin lakukan adalah ia ingin melakukan *rebranding* terhadap dirinya sendiri dengan mendapatkan *image* baru dari khalayak atas apa yang ia lakukan. Hal ini sama seperti beberapa orang terkenal lainnya.

Seperti seorang artis yang bernama Dewi Sandra yang kariernya redup. Kemudian ia berusaha membangun citra baru dengan memutuskan untuk berjilbab. Ia mengalami gejolak batin karena ingin berhijrah dan sebagai gantinya, ia menjadi ikon muslimah, dan hal-hal yang berbau religi. Serta ada penyanyi sinead O'Conner yang melakukan *rebranding* terhadap dirinya. Sudah tua dan takut dilupakan seseorang, kemudian ia mengubah dirinya menjadu seorang mualaf dengan nama

baru menjadi Shuhada, karena menurut dia pasar muslim sedang naik daun maka dari itu ia terjun ke dalam hal tersebut karena dirasa relevan (Alinea.id, 2018).

Awkarin juga melakukan hal yang dianggap berpengaruh seperti pemberitaan dia media online seperti Vice Indonesia, Tirto Id, dan Revival TV. Mereka menilai bahwa *image* yang ditampilkan Awkarin mulai dari ingin menjual akun Instagramnya, membagikan tiga ribu nasi kotak kepada mahasiswa pada saat demo RUUKUHP, hingga menjadi relawan dalam beberapa bencana alam yang ada di Indonesia, rebranding yang Awkarin lakukan menuai tanggapan dalam pemberitaan media *online* sehingga memunculkan *image* baru dalam dirinya

Simpulan

Image yang ingin dikonstruksi oleh Awkarin adalah *image* positif yang dilakukan dengan cara menjadi aktivis dalam membantu korban bencana alam. Namun ia terkesan masih terlihat bahwa ia masih ingin menyalahkan sebuah keadaan dan tidak mau menyalahkan diri sendiri atau mempunyai mental seperti korban dalam menilai suatu masalah. Awkarin juga mengkonstruksi *imajenya* dengan cara menggunakan *fashion* dan *makeup* sebagai batasan dan simbol untuk menunjukkan *image* positifnya sebagai seorang *influencer*. *Fashion* yang ia kenakan memunculkan perilaku yang konsumtif sehingga membentuk gaya hidup hedonisme karena adanya tuntutan dalam memenuhi kebutuhan *fashion*. Ia juga menunjukkan *image* sebagai orang yang konsisten dalam perkataannya karena hal itu sudah adanya pengakuan yang diungkapkan oleh media *online* dengan membeberkan bukti Awkarin terdahulu sebagai bukti. Awkarin juga membangun *image* yang peduli terhadap kesehatan mental khususnya di Indonesia. Ia menunjukkan hal tersebut berdasarkan pengalaman pribadinya karena ia pernah mengalami gangguan dengan kesehatan mentalnya maka dari itu ia peduli terhadap hal tersebut dengan mengajak khalayak untuk sama-sama peduli dan menjaga kesehatan mental masing-masing.

Daftar Referensi

- Agustina, A. 2019. *Mengaku bangga, Dian Sastrowardoyo beri dukungan untuk Awkarin*. Retrieved Februari 2nd 2020 from <https://www.merdeka.com/artis/mengaku-bangga-dian-sastrowardoyo-beri-dukungan-untuk-awkarin.html>
- Amstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Bogdan, R. *Participation observation in organizational settings*. syracuse, N.Y : syracuse university press
- Dahlan, D. 2015. *Dari mana asal duit para Youtuber?*. Retrieved Februari 19th 2020 from <https://money.kompas.com/read/2015/09/17/060700726/Dari.Mana.Asal.Duit.Para.Youtuber>

- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Kareba. YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, 5(2), 259-272. Retrieved from <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN. JURNAL EKSEKUTIF, 15(1), 133-146. Retrieved April 15th 2020 from <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>
- Irfani, F. 2019. *Awkarin penuh dosa, kalian suci apa adanya*. Retrieved March 3rd 2020 from <https://tirto.id/awkarin-penuh-dosa-kalian-suci-apa-adanya-ejR7>
- Kariibdev. 2019. *Victim playing dalam hubungan dengan pasangan*. Retrieved May 8th 2020 from Pangesthi, D. 2019. *Awkarin bagikan 3000 nasi kotak di tengah aksi massa, tuai pujian*. Retrieved Februari 2nd 2020 from <https://www.brilio.net/selebritis/awkarin-bagikan-3000-nasi-kotak-di-tengah-aksi-massa-tuai-pujian-190924o.html>
- Mcdonald, P. 2000. *The star system - Hollywood's production of pop culture*. London: Wallflower Publishing Limited.
- Michael, Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons
- Moleong, L. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remajarosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- Prayitno, N. 2019. *Ini perubahan Awkarin dan deretan bisnis yang dimilikinya*. Retrieved November 20th 2019 from Popbella.com: <https://www.popbella.com/career/working-life/niken-ari/ini-perubahan-awkarin-dan-deretan-bisnis-yang-dimilikinya/full>
- Setyanti, C. 2015. *Tiga penyebab perempuan bersuara 'ngebas'*. Retrieved April 20th 2020 from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150127191925-255-27782/tiga-penyebab-perempuan-bersuara-ngebas>
- Shingler, M. 2012. *Star studies A Critical Guide*. London : BFI.
- Stokes, J. 2003. *How to do media and cultural studies*. London: SAGE Publication Ltd.
- Syamsul, A. 2015. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Candeikia.