

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat praktik *cultural intermediary* khususnya dalam pembentukan fenomena trend *strawberry dress* di Twitter. Studi ini mengimplementasikan pengembangan teori *cultural intermediary* Bourdieu kedalam konsep konversi modal. Penelitian ini menggunakan metode *Multimodal Critical Discourse Analysis* (MCDA). Data yang digunakan merupakan data *close-to-real-time* dari platform Twitter yang disaring melalui tagar #lirikamatoshi, #strawberrydress dan #cottagecore. Data yang dianalisis merupakan data berupa teks dari tagar, kata kunci dan laman Vogue serta data lampiran gambar dari unggahan pengguna dengan signifikansi paling tinggi dalam proses pembentukan trend. Analisis terhadap laman Vogue dilakukan untuk melihat perspektif lain dari media konvensional sebagai salah satu aktor yang berperan dalam pembentukan trend *strawberry dress*. Analisis jejaring dilakukan dengan bantuan program analisis R Studio. Dilakukan pula analisis dalam wujud *wordcloud* khususnya terkait dengan data kata kunci. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya gambar ilustrasi yang mendominasi trend *strawberry dress*. Trend *strawberry dress* juga banyak dimanfaatkan pengguna Twitter sebagai media promosi. Proses estetisasi cottagecore menjembatani akto-aktor individu dengan signifikansi tinggi untuk turut berperan dalam naiknya trend *strawberry dress*. Guna memahami proses praktik *cultural intermediary* secara mendalam dilakukan proses profiling terhadap tiga akun dengan signifikansi paling tinggi. Proses profiling ini mempermudah analisis konversi modal yang dilakukan ketiga aktor tersebut. Dalam masyarakat prosumers persaingan mendapatkan visibilitas menjadi sangat tinggi dan tidak setara. Sistem mekanisme Twitter seakan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap individu dalam bersaing mendapatkan visibilitas. Faktanya, mekanisme pembentukan trend Twitter bergantung pada topologi jejaring yang tidak ditentukan melalui dari jumlah *analytics* seperti *likes*, pengikut, *retweet*, maupun *quotes*. Analisis menunjukkan adanya unsur kesenjangan dimana kepemilikan modal dasar menjadi penentu keberhasilan proses konversi modal yang menentukan signifikansi peran individu dalam pembentukan trend.

Kata kunci : *Cultural Intermediary*, Jejaring Sosial, *Strawberry Dress*, Fesyen, Twitter

ABSTRACT

This research aims to understand how cultural intermediaries works especially in terms of forming fashion trend strawberry dress on Twitter. This study implements cultural intermediary theory by Bourdieu in capital conversion concept. This study uses Multimodal Critical Discourse Analysis (MCDA) as the main method. The data used in this research are close-to-real-time data from Twitter which sorted by hashtag #lirikamatoshi, #strawberrydress and #cottagecore. Data text from hashtags, keywords and Vogue are analysed as well as picture data on tweets with the highest signification rate. Analysis on the Vogue website is aimed to see the different perspective from conventional media as one cultural intermediary actor which plays a role on forming strawberry dress trend. Social network analysis is analysed using software R Studio. This study was researched using wordcloud outcome related to keyword data. The research found illustration dominates the picture attached in the tweets on strawberry dress trend. Many Twitter users take advantage of strawberry dress trend as part of their promotional media. Cottagecore aestheticization bridges individual actors with high-rate signification to play an important role raising strawberry dress trend. To understand the whole process of cultural intermediary practices, this study profiled three accounts with the highest signification rates. This profiling process is used to analyse capital conversion towards those three actors. In prosumers society, the competition to gain digital visibility is raised. Mechanisms of Twitter work by giving individuals equal opportunity in terms of competing to gain digital visibility. In fact, mechanisms do not work that way. Twitter trends depend on networking topology instead of statistical numbers such as analytics, likes, followers, retweets, or quotes. Analysis shows there is discrepancy where fundamental capital determined whether capital conversion will work successfully. This later determines which individual actors gain high signification rate to form specific trends.

Keywords : *Cultural Intermediary, Social Network, Strawberry Dress, Fashion, Twitter*