



ABSTRAK

Penelitian ini berusaha membedah wacana selebritisasi anjing dan kucing di TikTok. Dalam hal ini TikTok menjadi sebuah *platform* yang berperan menjadikan anjing dan kucing sebagai sebuah komoditas yang menarik untuk dipertontonkan dengan menggunakan antropomorfisme. Untuk menjadi terkenal, pemilik hewan mengkonstruksi tubuh serta identitas anjing dan kucing sesuai dengan apa yang diinginkan. Beberapa diantaranya dengan menggunakan isu gender, agama, serta kelas sosial. Popularitas ini menjadikan anjing dan kucing sebagai figur selebritas mikro yang banyak digemari serta membuka peluang usaha bagi pemilik hewan. Melalui analisis wacana kritis multimodal Gunther Kress dan van Leeuwen, penelitian ini membedah selebritisasi anjing dan kucing pada media sosial TikTok. Penelitian ini menemukan bahwa praktik selebritisasi anjing dan kucing berlangsung berbeda. Penelitian ini menemukan bahwa praktik selebritisasi pada tubuh tubuh selebritas kucing seringkali dibenturkan dengan performativitas sensualitas, moralitas dan religiusitas sebagai daya tarik konten yang disesuaikan dengan selera sosial. Para selebritas anjing menggunakan isu agama sebagai sarana merepresentasikan kepatuhan anjing terhadap pemiliknya. Melalui cerita, narasi, dan atribut yang ditampilkan dalam konten, secara tidak langsung pemilik memperlihatkan kelas sosial tertentu sebagai bagian dari konten yang dibuatnya. Kelas sosial yang diperlihatkan oleh selebritas anjing dan kucing ini secara tidak langsung mempengaruhi setiap produk *brand* yang bekerja sama dengannya. *Brand* akan memilih selebritas sebagai pengiklan menyesuaikan produk yang akan dipasarkan. Hal ini memperlihatkan bahwa kesamaan “level” yang dimiliki oleh selebritas anjing dan kucing dengan *brand* pengiklan ini pun akan mempengaruhi daya beli yang memungkinkan *brand* tersebut meraih keuntungan. Pada akhirnya, anjing dan kucing dihadirkan bukan sebagai hewan secara alamiah melainkan dibentuk untuk memenuhi selera sosial yang mengarah pada profit pemiliknya.

Kata kunci : Selebritisasi, selebritas hewan, selebritisasi hewan , antropomorfisme, *pet influencer*



ABSTRACT

This study aims to dissect the discourse of the celebritization of dogs and cats on TikTok. In this context, TikTok serves as a platform that plays a role in turning dogs and cats into a commodity that is attractive to showcase through the use of anthropomorphism. To become famous, pet owners construct the bodies and identities of dogs and cats according to their desires. Some of these constructions utilize issues of gender, religion, and social class. This popularity transforms dogs and cats into micro-celebrity figures that are widely favored and opens up business opportunities for pet owners. Through the multimodal critical discourse analysis of Gunther Kress and van Leeuwen, this study examines the celebritization of dogs and cats on the social media platform TikTok. The research finds that the practices of celebritization for dogs and cats occur differently. This study finds that the practice of celebritization in cat celebrity bodies is often juxtaposed with the performativity of sensuality, morality, and religiosity as content appeal tailored to market tastes. Dog celebrities use religious issues as a means to represent the dog's obedience to its owner. Through the stories, narratives, and attributes displayed in the content, the owner indirectly showcases a certain social class as part of the content they create. The social class displayed by these dog and cat celebrities indirectly influences every brand product that collaborates with them. Brands will select celebrities as advertisers based on the products to be marketed. This shows that the similarity in "level" between dog and cat celebrities and the advertising brand will also influence purchasing power, enabling the brand to achieve profits. Ultimately, dogs and cats are presented not as autonomous animals but are shaped to meet market tastes, which leads to profit for their owners.

Keywords: celebritization, animal celebrity, animal celebritification, anthropomorphism, pet influencer