UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP ENDORSEMENT SELEBRITI MIKRO ANDROGINI DI MEDIA SOSIAL (Analisis Resepsi Followers Akun @joviadhiguna di Instagram)
ZARA AULYA, Irham Nur Anshari, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Endorsement selebriti saat ini menjadi salah satu tren dalam pemasaran. Selebriti mikro memiliki berbagai macam keunggulan dan keunikan tersendiri dalam praktik *endorsement,* tak terkecuali selebriti mikro dengan identitas gender androgini. Dalam konteks Indonesia, bagaimana pemaknaan khalayak terhadap selebriti mikro androgini ini menjadi hal penting untuk diteliti. Androgini yang menggabungkan karakteristik maskulin dan feminin ini memang masih jarang terlihat di media arus utama Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Subjek penelitian merupakan enam *followers* selebriti mikro androgini bernama Jovi Adhiguna dengan akun Instagram @joviadhiguna. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian dan keunikan androgini membuat *followers* tertarik untuk mem-*follow endorser* dan produk yang di-*endorse* dianggap cocok dengan *endorser*. Meski demikian, kesukaan pada sosok *endorser* tidak ekuivalen dengan pembelian produk.

Kata kunci: selebriti mikro, *endorsement*, identitas gender, androgini, media sosial, Instagram.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP ENDORSEMENT SELEBRITI MIKRO ANDROGINI DI MEDIA SOSIAL (Analisis Resepsi Followers Akun @joviadhiguna di Instagram)
ZARA AULYA, Irham Nur Anshari, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

Celebrity endorsement is currently one of the trends in marketing. Micro celebrities have a variety of distinctive advantages and uniqueness in endorsement practices, including micro celebrities with androgynous gender identities. In Indonesia's context, how this meaning of audiences towards micro and celebrity celebrities is important to study. Androgyny which combines masculine and feminine characteristics is indeed still rarely seen in Indonesia's mainstream media. This research is a qualitative research with reception analysis method. The research subject was six followers of androgynous micro celebrity named Jovi Adhiguna with an Instagram account @joviadhiguna. The findings of this study indicate that personality and uniqueness of androgyny make followers interested in following endorsers and endorsed products are considered to be compatible with endorsers. However, the preference for endorsers is not equivalent to product purchases.

Keywords: micro celebrity, endorsement, gender identity, androgyny, social media, Instagram