

BAB II

SELEBGRAM DALAM MEDIA SOSIAL

A. Pengertian Selebgram

Fenomena selebgram mungkin sudah tidak asing lagi bagi sebagian orang, karena saat ini sudah sangat banyak selebgram di Indonesia baik yang berasal dari Ibu Kota maupun yang berasal dari kota-kota kecil di Indonesia. Menjadi seorang selebgram tidak dengan cara cuma-cuma, terkadang dari berbagai selebgram ada yang secara sengaja memancing agar menjadi viral ada juga yang tidak sengaja dan akhirnya menjadi seorang selebgram.

Selebgram atau akronim dari selebritis dan instagram adalah mereka yang terkenal melalui media sosial Instagram. Selebgram tidak jauh berbeda dengan selebritis pada umumnya. Perbedaan antara selebgram dan selebritis pada umumnya hanya terletak pada medianya. Jika kebanyakan selebritis terkenal karena kemunculannya di layar kaca, seorang selebgram terkenal karena eksistensinya dalam media sosial instagram. Selebgram sama seperti para selebriti yang memiliki banyak fans atau pengagum, namun pada media sosial instagram fans dari para selebgram adalah mereka yang mengikuti (*followers*) akun dari selebgram tersebut.

Ketenaran seorang selebgram tidak terlepas dari bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka melalui akun instagram mereka. Dengan cara mereka mengunggah foto dengan mengkombinasikan penggunaan *caption* dan tagar (#) membuat para selebgram secara tidak langsung mudah terdeteksi

oleh pengguna lain. Dari bagaimana mereka mempresentasikan diri muncul ketertarikan pengguna lain untuk mengikuti (*follow*) akun selebgram tersebut, dengan bertambahnya jumlah *followers* akan menunjukkan seberapa terkenalnya seorang selebgram tersebut.

Peran seorang selebgram tidak jauh berbeda dengan selebritis pada umumnya, selebgram juga menjadi idola bagi para *followers* nya. Mulai dari cara mereka berpakaian, cara berdandan, produk-produk yang digunakan hingga tempat-tempat yang dikunjungi oleh para selebgram menjadi sebuah acuan bagi para *followers* nya.

B. Selebgram Di Indonesia

Kemunculan selebgram pada umumnya tidak memiliki waktu yang spesifik, adanya fenomena selebgram pun juga tidak berarti muncul dengan tiba-tiba. Di Indonesia sendiri jumlah selebgram tidak hanya puluhan namun saat ini sudah berjumlah ratusan. Di Indonesia pun tidak ada penjelasan pasti siapa selebgram yang pertama kali muncul. Namun, awal mula maraknya selebgram muncul kurang lebih pada tahun 2014.

Tahun 2014 seorang selebgram yang muncul dengan jumlah 103.000 *followers* yang melebihi *followers* seorang artis Zaskia Adya Mecca yaitu Joyagh seorang hijabers yang lalu lalang di instagram sebagai seorang *endorser* (Yulistara,2014).

Joyagh atau yang memiliki nama lengkap Erlinda Yuliana ini muncul dalam dunia instagram sekitar akhir tahun 2013, Joyagh adalah seorang

hijabers asal Batam. Joyagh merupakan seorang hijabers, ia sering menerima banyak *endorse* dari berbagai macam online shop, dengan teknik pengambilan gambar yang baik dan mengkombinasikan dengan menggunakan *hashtag* (#) menjadi daya tarik tersendiri bagi para *followers* nya. Pada tahun tersebut sangat marak dengan istilah OOTD yaitu *Outfit Of The Day*, dengan memanfaatkan istilah OOTD pada *hashtag* (#) di instagram sangatlah mudah melihat cara berpakaian atau *style* yang sedang naik daun. Joyagh sebagai seorang selebgram pada awalnya sering menggunakan *hashtag* tersebut sebagai *caption* pada setiap unggahan fotonya. Saat ini Joyagh sudah memiliki *followers* sebanyak 605.000 *followers*.



Gambar 2.1 Profil Instagram Joyagh

(sumber : <https://www.instagram.com/joyagh/?hl=id>)



Gambar 2.2 Salah Satu Foto Endorsement Joyagh

(Sumber : <https://www.instagram.com/joyagh/?hl=id>)

Kemunculan Joyagh sebagai seorang selebgram tidak dipastikan sebagai selebgram pertama di Indonesia, namun pada tahun-tahun berikutnya semakin banyak selebgram yang bermunculan. Jika Joyagh merupakan seorang selebgram yang muncul karena *style* hijab yang ia gunakan berbeda pula dengan Ria Ricis. Sudah tidak asing lagi dengan selebgram Ria Ricis yang kebetulan ia adalah adik dari seorang artis yaitu Oki Setiana Dewi.

Ria Ricis merupakan seorang selebgram yang muncul sekitar tahun 2015, kemunculan Ria Ricis awalnya dengan berbagai video yang ia unggah di akun instagramnya. Saat itu Ria Ricis muncul dengan jumlah *followers* sebanyak 1.900.000, dengan jumlah *followers* yang termasuk fantastis saat itu ia menyalurkan kreatifitasnya. Berbagai macam video lucu, meme dan tingkah lakunya yang konyol membawa Ria Ricis dalam ketenarannya dalam dunia instagram. Melalui berbagai unggahannya tersebut membuat Ria Ricis terkenal dan banyak menjadikan ia sebagai *endorser*. Menerima baerbagai tawaran

endorse dari berbagai macam produk untuk dipromosikan melalui akun instagramnya. Dengan hasil yang ia dapatkan sela menjadi selebgram pada tahun 2015 ia sudah dapat membeli mobil sendiri. (Hutomo, 2016)

Ria Ricis saat ini sudha memiliki *followers* sebanyak 8.600.000 dalam kurun waktu kurang lebih 4 tahun. Ria Ricis saat ini tidak hanya mengunggah vidionya melalui instagram, ia saat ni mulai mengmbangkan sayapnya untuk mengunggah berbagai video seperti vlog, review, QnA di chanel Youtube.



Gambar 2.3 Profil Instagram Ria Ricis

(Sumber: <https://www.instagram.com/riaricis1795/?hl=id>)



Gambar 2.4 Salah Satu Foto Endorsment RiaRicis

(sumber : <https://www.instagram.com/riaricis1795/?hl=id>)

Selebgram di Indonesia setiap tahunnya bertambah dengan berbagai macam fenomena kemunculannya. Sekitar tahun 2016 dunia Instagram dihebohkan dengan sosok selebgram yang muncul dengan kontroversinya yaitu Karin Novilda atau yang dikenal dengan nama Awkarin. Awkarin muncul sekitar tahun 2016 dengan kasus video kontroversinya menangis saat putus dengan sang mantan kekasih. Tidak hanya video tersebut yang mengundang kontroversi seorang Awkarin, selama ia menjalin hubungan dengan sang mantan kekasih Awkarin sering mengunggah foto yang terkesan fulgar, dengan gaya pacarannya yang fulgar rata-rata *followers* Awkarin adalah remaja sehingga menimbulkan banyak pertentangan. Kontroversinya semakin meluap karena Awkarin saat melakukan ujian nasional tingkat SMP mendapat nilai rata-rata 9,5 dan menjadi peringkat tiga sekepulauan Riau (Niya,2016).

Awkarin saat ini sudah mendapatkan banyak penghasilan melalui *endorse* yang ia terima, seperti halnya selebgram pada umumnya, Awkarin juga menerima banyak *endorse*. Dari hasil yang ia dapatkan saat ini Awkarin telah mengembangkan sayapnya untuk membuat manajemen artis dengan bantuan para teman-temannya.



Gambar 2.5 Profil Instagram Awkarin

(Sumber: <https://www.instagram.com/awkarin/>)



Gambar 2.6 Salah Satu Foto Endorse Awkarin

(sumber : <https://www.instagram.com/awkarin/>)

C. Selebgram Sebagai Informan Penelitian

Selebgram saat ini telah menjadi sebuah pekerjaan baru dengan adanya *endorser*, selebgram tidak hanya berada di Ibu Kota saja. Selebgram sudah menyebar dibanyak kota-kota di Indonesia. Termasuk di Yogyakarta, selebgram di Yogyakarta sudah cukup banyak. Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan tiga orang selebgram yang berasal dari Yogyakarta. Informan

merupakan seorang selebgram yang rata-rata memiliki *followers* melebihi 10.000 *followers*.

Ghea merupakan salah satu informan dalam penelitian ini, Ghea adalah seorang wanita asal Lampung yang tinggal di Yogyakarta sejak ia SMA. Ghea saat ini merupakan Mahasiswi Psikologi di salah satu Universitas Negeri di Yogyakarta. Saat ini Ghea telah memiliki *followers* sebanyak 39.300, dengan jumlah *followers* tersebut Ghea terkenal sebagai seorang selebgram dengan berbagai macam *endorsement* yang ia terima. Tidak hanya sebagai selebgram saja, Ghea juga menjadi salah satu Influencer yang cukup terkenal di Yogyakarta. Kemunculan Ghea sebagai seorang selebgram bermula saat ia mengunggah video isenganya dengan sang pacar ke akun Instagram pacarnya. Dari situ Ghea *followers* Ghea mulai meningkat dan banyak online shop yang menawarkan *endorse*.

Informan kedua dalam penelitian ini sama-sama menjadi seorang selebgram yang terkenal di Yogyakarta. Rhe adalah wanita asal Yogyakarta yang saat ini memiliki *followers* sebanyak 17.300, Rhe juga termasuk seorang selebgram dengan berbagai macam *endorse* yang ia terima. Tidak hanya sebagai seorang selebgram, Rhe juga menjadi salah satu influencer serta memiliki online shop. Berawal dari hobinya mengunggah konten foto dengan tema "Fairytale" menjadikan Rhe sebagai selebgram seperti saat ini.

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah seorang mahasiswi jurusan akuntansi salah satu universitas swasta di Yogyakarta. Dea adalah seorang

wanita berhijab yang saat ini menjadi selebgram di Yogyakarta. Eksistensi Dea sebagai selebgram sering kali mendapat *endorse* dalam bentuk undangan sebuah event. Walaupun Dea adalah seorang mahasiswi namun dengan eksistensinya sebagai selebgram menjadi sebuah kesempatan berharga baginya.

Ketiga informan diatas, dipilih oleh peneliti karena melihat dari jumlah *followers* dari masing-masing selebgram yang sudah menyentuh angka 10.000. tidak hanya melihat dari jumlah *followers* saja, berbagai postingan yang diunggah oleh keduanya banyak yang termasuk dalam endorment. Ghea dan Rhe mengunggah foto serta video yang berkaitan dengan barang yang di *endorse* ke mereka. Melihat dari jumlah likes dan *feedback* mereka sebagai selebgram, menunjukkan sebuah identitas yang mereka bentuk melalui setiap unggahan mereka.