

Konstruksi Persona *Micro-Celebrity* Twitter (Selebtwit) Dewi N. Sutrisno: Studi Kasus Terhadap Akun @dewisutrisno_

Azahra Auladana Restya

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jakarta

azahraar@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Dewi N. Sutrisno ialah pemilik akun Twitter @dewisutrisno_ yang melalui Twitter yang ia mengkonstruksikan dirinya sesuai dengan kepribadian yang ia miliki di dunia nyata yang juga lekat dengan pekerjaan yang ia geluti sebagai *fashion stylist* dan *copywriter*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi persona yang dipresentasikan melalui cuwitan Twitter Dewi N. Sutrisno dalam akun Twitter @dewisutrisno_ dapat membuat eksistensi *audience* pengikut akun ini tetap bertahan meskipun ada perubahan karakter *personal branding* yang dikonstruksikan dalam akun tersebut. Selain itu konstruksi persona yang ia miliki pada akhirnya dapat memberikan keuntungan baginya seperti membuat brand setara Converse akhirnya menjadikan Dewi Sutrisno sebagai brand ambasadornya selain itu ia juga Penelitian ini ingin melihat bagaimana manajemen impresi persona figur public yang ditampilkan seorang Dewi N. Sutrisno dapat digunakan dalam membantu mendeskripsikan dan mengartikulasikan hubungan antara individu dalam hal ini sesuai dengan argumen dari Marshall dan Barbour pada tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Ditemukan jika Dewi N. Sutrisno memiliki beberapa faktor seperti kedekatan, *trend*, dan juga kekonsistenan dalam mengkonstruksikan dirinya dalam laman Twitter yang dimilikinya.

Kata kunci: *Brand, Branding, Microcelebrity, Persona, Personal Branding, Selebtwit.*

ABSTRACT

Dewi N. Sutrisno is the owner of the Twitter account @dewisutrisno_. She constructs herself according to the personality she has in real world which also related to her occupation as fashion stylist and copywriter. This study aims to find out how the persona construction presented through Dewi N. Sutrisno's Twitter tweets on the Twitter account @dewisutrisno_ can make the audience of followers of this account still following her even though there is a change in the personal branding character that is constructed in the account. In addition, the construction of the persona that he has can ultimately provide benefits for him, such as making a brand equivalent to Converse, finally making Dewi Sutrisno his brand ambassador. Apart from that, he also wants to see how impression management of a public figure persona displayed by Dewi N. Sutrisno can be used to help describing and articulating the relationship between individuals in this case is in accordance with the arguments of Marshall and Barbour in 2015. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. It was found that Dewi N. Sutrisno has several factors such as closeness, trend, and also consistency in constructing herself on her Twitter page.

Keywords: *Brand, Branding, Microcelebrity, Persona, Personal Branding, Selebtwit.*