

SKRIPSI

**ANALISIS ETNOGRAFI VIRTUAL TENTANG KOMODIFIKASI
PRIVASI SELEBRITI PADA KANAL YOUTUBE
RANS ENTERTAINMENT**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memungkinkan media digital untuk menjadi lebih terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat. Salah satu perkembangan media digital yang cukup menarik dapat dilihat pada fenomena industri media hiburan atau Entertainment yang semakin berkembang. Konten vlog selebriti di Indonesia sering sekali terjadi komodifikasi anak, Salah satu contoh kanal selebriti yang cukup menarik yaitu Rans Entertainment. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dan metode etnografi virtual. metode yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (users) saat menggunakan internet tersebut. Etnografi virtual juga untuk merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi di internet Penelitian ini juga menggunakan pendekatan teori komodifikasi dalam perspektif Vincent Mosco. Komodifikasi privasi selebriti di Indonesia melalui vlog pada kanal YouTube Rans Entertainment telah menjadi fenomena yang semakin berkembang. Raffi Ahmad dan Nagita Slavina sebagai pasangan selebriti terkenal telah memanfaatkan platform ini untuk menampilkan aspek-aspek privasi kehidupan mereka, termasuk kegiatan keseharian, hubungan romantis, dan bahkan mengkomodifikasikan privasi anak-anak mereka, Rafathar dan Cipung. Komodifikasi mengacu pada proses di mana sesuatu, dalam hal ini privasi selebriti, diubah menjadi komoditas yang dapat dijual dan dipasarkan untuk kepentingan komersial. Kanal YouTube RANS Entertainment menjadi objek penelitian dalam analisis ini, yang mengindikasikan bahwa perusahaan hiburan tersebut telah mengadopsi strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan privasi selebriti untuk meningkatkan popularitas dan keuntungan mereka di platform ini.

Kata Kunci: Komodifikasi, Privasi Selebriti, Rans Entertainment

THESIS

**VIRTUAL ETHNOGRAPHY ANALYSIS ON THE COMMODIFICATION
OF CELEBRITY PRIVACY ON THE YOUTUBE CHANNEL
RANS ENTERTAINMENT**

ABSTRACT

The development of digital technology has made digital media more affordable and easily accessible to the public. One interesting development in digital media can be seen in the entertainment industry, which is growing rapidly. The commodification of children often occurs in celebrity vlog content in Indonesia. One notable example is Rans Entertainment, a celebrity channel that has gained significant attention. This study utilizes qualitative research and virtual ethnography as the research method. Virtual ethnography is used to investigate the internet and explore the entities (users) while they are using the internet. It also reflects the implications of mediated communication on the internet. The study also employs the theory of commodification from Vincent Mosco's perspective. The commodification of celebrity privacy in Indonesia through vlogs on Rans Entertainment's YouTube channel has become a growing phenomenon. Famous celebrity couple Raffi Ahmad and Nagita Slavina have utilized this platform to showcase aspects of their private lives, including their daily activities, romantic relationships, and even the commodification of their children's privacy, Rafathar and Cipung. Commodification refers to the process in which something, in this case, celebrity privacy, is transformed into a commodity that can be sold and marketed for commercial purposes. Rans Entertainment's YouTube channel serves as the subject of research in this analysis, indicating that the entertainment company may have adopted marketing strategies involving the use of celebrity privacy to enhance their popularity and profits on this platform.

Keywords: *Commodification, Celebrity Privacy, Rans Entertainment.*