Abstrak

  New media hadir seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dari sini lah kemudian tercipta media komunikasi baru dalam komunikasi massa yaitu Instagram. Instagram sendiri meciptakan fenemona selebriti Instagram (selebgram) yang membangun citranya melalui *platform* ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pembentukan citra diri selebgram Dwi Handayani dari penilaian followersnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan studi fenomenologi, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancra kepada 10 orang informan yang merupakan *followers* @dwihandaanda. Pada level jenis citra Jefkins membagi kedalam 5 jenis *current image, mirror image, corporate image, wih image,* dan *multiple image* Dwi Handayani teridentifikasi kedalam jenis citra *wish Image* yang mana ia membangun citra sesuai dengan apa yang ia harapkan dengan melakukan *inovasi* pada konten instagramnya. Melalui konten yang Dwi Handayani *posting* para *followers* dapat dengan jelas mengambarkan *Self Image* yang ia perlihatkan di Instagram, *self image* ini termasuk kedalam aspek Dunia fisik (*physical world*) dari penjelasan informan tentang *self image* Dwi Handayani merupakan orang yang memiliki *image* cerdas, cantik, memiliki aura postitif, keibuan, *humble,* baik, royal dan keibuan.

Kata kunci : *Instagram, Selebgram, Wish image, Self image.*

Abstrac

The new media comes together with technological developments, It is suddenly create a new media for communication which is Instagram. Instagram also Create an atmosphere celebrity platformof Instgram or also known as Selebgram. The purpose of this study was to find out how the self-image of Dwi Handayani formed through her followers' perception. The method used in this study is a qualitative research method with a phenomenological study, the data colle ction is done by interviewing 10 informants who are followof @dwihandaanda on Instagram. At the level of image, Jefkins was divided it into 5 types of level which are current images, mirror images, corporate images, with images, and several images. Dwi Handayani was identified as wish image image type where the self-image was created by what she already expected by innovating on his Instagram content. Through the content that Dwi Handayani posted, followers can clearly describe the Self-Image that he showed on Instagram. This self-image is classified as a physical world aspects of the informant's explanation of Dwi Handayani's self-image that representing herself as a person who have an intelligently, beautiful, positive image , humble, kind, royal and motherly

Keywords*: Instagram, Selebgram, Wish image, Self image.*