

ABSTRACT

Emina Girl Gang Ambassador is a makeup and cosmetics influencer by Emina Cosmetics, who must passively obey, and follow Emina Cosmetics's regulations and beauty concepts while promoting products so as not to get warnings and reprimands. However, as humans those brand ambassadors are active agents that may have different understanding and concept regarding beauty and cosmetics. Thus, this study aims to find out identity performance of the Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga is in the front and backstages. To achieve this goal, the researcher uses qualitative methods. Furthermore, the data are analyzed through observation and in-depth interviews with Dramaturgy Theory by Erving Goffman. This study found that Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga are active agents who always negotiate in using Emina Cosmetics products and defining beauty during their identity performances both on the front stage and backstage. Besides, Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga legitimate beauty as an industrious discourse that can strengthen sisterhood by empowering each other to pursue their success through beauty class. The results of this study are expected to be beneficial and explain the various dynamics of social groups that exist in Indonesia, especially in terms of women and cosmetics, and as an effort to introduce the lives of brand ambassadors, which are presented through theoretical studies.

Keywords: Actor, Backstage, Brand Ambassador, Front stage, Identity Performance

ABSTRAK

Emina Girl Gang Ambassador adalah *influencer* tata rias dan kosmetik oleh Emina Cosmetics, yang harus patuh secara pasif, dan mengikuti peraturan Emina Cosmetics dan konsep kecantikan sambil mempromosikan produk agar tidak mendapatkan peringatan dan teguran. Namun, sebagai manusia, duta merek tersebut adalah agen aktif yang mungkin memiliki pemahaman dan konsep berbeda tentang kecantikan dan kosmetik. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja identitas Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga yang ada di depan dan belakang panggung. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Selanjutnya, data dianalisis melalui observasi dan wawancara mendalam dengan Teori Dramaturgy oleh Erving Goffman. Studi ini menemukan bahwa Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga adalah agen aktif yang selalu bernegosiasi dalam menggunakan produk-produk kosmetik Emina dan mendefinisikan kecantikan selama pertunjukan identitas mereka baik di panggung depan maupun di belakang panggung. Selain itu, Emina Girl Gang Ambassador Universitas Airlangga melegitimasi kecantikan sebagai wacana rajin yang dapat memperkuat persaudaraan dengan memberdayakan satu sama lain untuk mengejar kesuksesan mereka melalui kelas kecantikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjelaskan berbagai dinamika kelompok sosial yang ada di Indonesia, terutama dalam hal wanita dan kosmetik, dan sebagai upaya untuk memperkenalkan kehidupan para duta merek, yang dipresentasikan melalui studi teoritis.

Kata kunci: Aktor, Panggung Belakang, Duta Besar, Panggung Depan, Kinerja Identitas