

## Analisa disonansi kognitif yang dialami Karin Novilda dalam menghadapi opini publik = Analysis of cognitive dissonance experienced by Karin Novilda in dealing with public opinion

Nindya Kirana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446920&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Fenomena seorang opinion leaders yang namanya meledak di masyarakat pada tahun 2015, Karin Novilda, adalah fenomena yang mudah dijumpai dalam masyarakat sekarang. Sebagai masyarakat generasi Z, Karin Novilda mampu menyatakan ekspresinya dengan mudah dengan bantuan media sosial seperti Instagram dan Youtube. Dengan membentuk personal branding yang tepat, ia berhasil memanjat kelas sosial hingga menjadi seorang opinion leaders dan mendapatkan audiens yang menjanjikan. Dengan begitu, seseorang dapat dipercaya untuk mengiklankan suatu produk. Pekerjaan ini seringkali disebut sebagai celebrity endorser. Menjadi seorang opinion leaders membuat dirinya memiliki audiens yang mendukung serta tidak mendukung. Netizen yang memiliki kecenderungan tidak mendukung ini kerap disebut haters, dan para haters ini seringkali memberikan opini pedas yang bukan tidak mungkin dapat membuat seorang Karin Novilda mengalami ketidaknyamanan atas perilakunya yang dikritik pedas. Untuk terus menciptakan karyanya secara konsisten, Karin Novilda perlu mengurangi ketidaknyamanan tersebut. Tulisan ini akan melihat fenomena yang dialami Karin Novilda dalam sudut pandang ilmu komunikasi, khususnya teori disonansi kognitif dengan menggunakan konten-konten yang diunggah Karin Novilda pada media sosialnya sebagai medium acuan.

<hr>

#### <b>ABSTRACT</b><br>

Karin Novilda, an opinion leaders who become a phenomenon in 2015, is a common phenomenon which easily to find everyday. As a Z generation, Karin Novilda could express her expressiveness easily by the help of a social media such as Instagram and Youtube. By forming a proper personal branding, she succeed to climbing the social status and become an opinion leaders with promising audience. By that way, someone can be trusted to advertise a product. This kind of job frequently recognize as a celebrity endorser. Being an opinion leaders means have a supporting and opposing audience. The netizens who does not support or opposing the public figure often recognize as haters, and this kind of haters oftenly giving a harsh opinion and made Karin Novilda feel uncomfortable with her behaviour. To continue creating her work consistently, Karin Novilda needs to reduce her uncomfortable feeling. This paper analyze the phenomenon experienced by Karin Novilda in communication theory point of view, cognitive dissonance theory in particular, using the uploaded content by Karin Novilda herself on her social media as the medium or reference.