

#PSYCHOLOGY

(EN-ID) Translating article The Perils of Audience Capture by Gurwinder.

Source of this article/Artikel ini berasal dari:

<https://gurwinder.substack.com/p/the-perils-of-audience-capture>.

Note:

1. I leave a little bit of space between some paragraphs in the source language column (EN) to make it easy for the reader of this portfolio to identify which paragraph I translated.
2. If you are willing to see the complete translation of this article, you can click this link: <https://titoardiansyah11.wordpress.com/2022/11/08/article-the-perils-of-audience-capture/>

Source Language (EN)	Target Language (ID)
<p>...</p> <p>II. Lost in the Looking Glass</p> <p>Audience capture is an irresistible force in the world of influencing, because it's not just a conscious process but also an unconscious one. While it may ostensibly appear to be a simple case of influencers making a business decision to create more of the content they believe audiences want, and then being incentivized by engagement numbers to remain in this niche forever, it's actually deeper than that. It involves the gradual and unwitting replacement of a person's identity with one custom-made for the audience.</p>	<p>...</p> <p>II. Tersesat dalam Cermin</p> <p>Audience Capture merupakan kekuatan yang tak terbendung di dunia influencer, karena bukan hanya proses secara sadar tapi juga tidak sadar. Mungkin terlihat seperti kasus sepele dari influencer yang membangun bisnis untuk menciptakan konten yang mereka yakini seperti yang diinginkan penonton dan mendapat insentif karena berhasil mengumpulkan penonton agar berada di posisi itu selamanya, tapi sebenarnya jauh lebih dari itu. Ini melibatkan penggantian identitas seseorang dengan sosok yang dia buat untuk penonton.</p>

To understand how, we must consider how people come to define themselves. A person's identity is being constantly refined, so it needs constant feedback. That feedback typically comes from other people, not so much by what they say they see as by what we think they see. We develop our personalities by imagining ourselves through others' eyes, using their borrowed gazes like mirrors to dress ourselves.

Just as lacking a mirror to dress ourselves leaves us disheveled, so lacking other people's eyes to refine our personalities leaves us uncouth. This is why those raised in isolation, like poor Genie, become feral humans, adopting the character of beasts.

Put simply, in order to be someone, we need someone to be someone for. Our personalities develop as a role we perform for other people, fulfilling the expectations we think they have of us. The American sociologist Charles Cooley dubbed this phenomenon "the looking glass self." Evidence for it is diverse, and includes the everyday experience of seeing ourselves through imagined eyes in social situations (the [spotlight effect](#)), the tendency for people to alter their behavior when in the presence of pictures of eyes (the [watching-eye effect](#)), and the tendency for people in virtual spaces to adopt the traits of their avatars in an attempt to fulfill expectations (the [Proteus effect](#)).

Untuk memahami bagaimana caranya, kita harus meninjau bagaimana seseorang mendefinisikan diri mereka sendiri. Identitas seseorang sedang dibentuk secara konstan, jadi membutuhkan masukan yang konstan juga. Masukan itu biasanya datang dari orang lain, bukan karena dari apa yang mereka katakan, mereka lihat, tetapi dari apa yang kita pikir (ketika) mereka (me)lihat (kita). Kita membangun kepribadian kita melalui pandangan orang lain, menggunakan apa yang mereka lihat sebagai cermin untuk pakaian yang kita pakai.

Sama halnya jika tidak memakai cermin untuk berpakaian membuat penampilan kita kusut, jadi kehilangan pandangan orang lain untuk memperbaiki kepribadian kita menjadikan diri kita aneh dan ceroboh. Inilah mengapa orang yang dibesarkan dalam isolasi, seperti orang kesurupan, menjadi manusia liar, mengadopsi karakter hewan buas.

Sederhananya, untuk menjadi seseorang, kita butuh orang lain itu untuk menjadi seseorang. Kepribadian kita berkembang sesuai peran yang kita mainkan untuk orang lain. Memenuhi ekspektasi yang kita pikir kita adalah milik mereka. Sosiolog Amerika menjuluki fenomena ini "the looking glass self" (atau bisa disebut "teori cermin"). Bukti untuk teori ini bermacam-macam, dan termasuk pengalaman sehari-hari dari melihat diri kita melalui pandangan orang lain di situasi sosial (efek spotlight), kecenderungan seseorang untuk mengubah perilaku mereka ketika dihadapkan kehadiran gambar mata (efek mata yang mengawasi), dan kecenderungan orang ketika berada di ruang virtual untuk mengadopsi ciri-ciri avatar mereka dalam upaya memenuhi ekspektasi (efek Proteus).

When we lived in small tight-knit communities, the looking glass self helped us to become the people our loved ones needed us to be. The "[Michelangelo phenomenon](#)" is the name given to the semi-conscious cycle of refinement and feedback whereby lovers who genuinely care what each other think gradually grow closer to their partner's original ideal of them.

The problem is, we no longer live solely among those we know well. We're now forced to refine our personalities by the countless eyes of strangers. And this has begun to affect the process by which we develop our identities.

Gradually we're all gaining online audiences, and we don't really know these people. We can only gauge who they are by what some of them post online, and what people post online is [not indicative](#) of who they really are. As such, the people we're increasingly becoming someone for are an abstract illusion.

When influencers are analyzing audience feedback, they often find that their more outlandish behavior receives the most attention and approval, which leads them to recalibrate their personalities according to far more extreme social cues than those they'd receive in real life. In doing this they exaggerate the more idiosyncratic facets of their personalities, becoming crude caricatures of themselves.

Ketika kita tinggal di komunitas kecil yang erat, teori cermin (the looking glass self) menjadi faktor pendorong kita menjadi seperti tipe ideal menurut orang terdekat kita. "Fenomena Michaelangelo" adalah nama yang diberikan terhadap siklus perbaikan dan masukan dari pasangan yang hanya peduli dengan apa yang dipikirkan satu sama lain yang secara bertahap tumbuh mempengaruhi tipe ideal pasangan mereka.

Masalahnya adalah, kita tidak lagi hidup semata-mata untuk diri kita diantara orang-orang yang kita kenal dekat tersebut. Sekarang kita dipaksa untuk membentuk kepribadian kita oleh mata asing yang tak terhitung yang sedang memperhatikan kita. Dan ini mulai memberikan efek pada proses pembentukan identitas kita.

Secara bertahap kita memperoleh penonton dunia maya, dan sebenarnya kita tidak tahu siapa orang-orang ini. Kita hanya bisa menilai mereka dari apa yang mereka posting, dan apa yang mereka posting secara daring tidaklah mengindikasikan mereka sebenarnya. Dengan demikian, kita semakin menjadi seseorang untuk ilusi abstrak.

Ketika influencer menganalisis masukan penonton, mereka menemukan bahwa perilaku aneh mereka lebih diperhatikan dan diterima, yang membuat mereka mengevaluasi ulang kepribadian mereka menurut isyarat sosial yang lebih ekstrim daripada yang mereka terima di kehidupan nyata. Dalam melakukan hal ini mereka melebih-lebihkan aspek idiosinkratik kepribadian mereka. Menjadi seperti karikatur yang semena-mena.

The caricature quickly becomes the influencer's distinct brand, and all subsequent attempts by the influencer to remain on-brand and fulfill audience expectations require them to act like the caricature. As the caricature becomes more familiar than the person, both to the audience and to the influencer, it comes to be regarded by both as the only honest expression of the influencer, so that any deviation from it soon looks and feels inauthentic.

At that point the persona has eclipsed the person, and the audience has captured the influencer.

...

Note:

If you are willing to see the complete translation of this article, you can click this link:

<https://titoardiansyah11.wordpress.com/2022/11/08/article-the-perils-of-audience-capture/>.

And if you want to see another my sample translation, you can check them out at <https://titoardiansyah11.wordpress.com/>.

Karikatur yang terbentuk itu dengan cepat menjadi citra pembeda dari influencer tersebut, dan upaya influencer selanjutnya adalah untuk tetap mempertahankan citra tersebut dan memenuhi ekspektasi penonton yang menuntut mereka untuk berperilaku seperti karikatur, itu dianggap kedua belah pihak sebagai satu-satunya ekspresi jujur dari influencer, jadi setiap penyimpangan darinya segera terlihat dan tidak terasa asli.

Pada titik ini persona tersebut telah melekat pada orang itu. Dan penonton telah menguasai influencer tersebut.

...

Catatan:

Jika anda bersedia untuk melihat terjemahan lengkap dari artikel ini anda bisa mengklik link di bawah ini:

<https://titoardiansyah11.wordpress.com/2022/11/08/article-the-perils-of-audience-capture/>.

Dan jika bersedia melihat sampel terjemahan lainnya yang saya buat, Anda bisa mengunjunginya di <https://titoardiansyah11.wordpress.com/>.