

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi saat ini memungkinkan setiap orang dapat mudah memperoleh segala bentuk informasi dalam waktu yang singkat dan memudahkan komunikasi antar manusia. Saat ini perubahan yang berdampak banyak pada kehidupan sosial yakni transformasi digital, kehadiran teknologi yang mentransformasi proses analog menjadi digital serta mencakup adanya internet dengan terciptanya media digital dan media sosial. Pada saat ini media sosial menjadi media yang sangat efektif digunakan untuk melakukan *personal branding*.

Personal branding merupakan aspek yang sangat penting untuk berkehidupan di media sosial, karena setiap orang memiliki *personal branding* masing-masing namun tidak semua orang menyadari dan tidak memanfaatkannya dengan baik. Secara sederhana *personal branding* adalah bagaimana kita sebagai manusia ingin dikenal dari persepsi masyarakat. *Personal branding* sebagai identitas pribadi yang dapat menghasilkan sebuah respon terhadap orang lain, terhadap kualitas dan nilai yang dimiliki (Montoya dan Vandehey, 2008). Dilihat salah satu *content creator* yang memanfaatkan *personal branding* dan media sosial adalah Bapack Nadiem.

Bapack Nadiem memiliki nama asli yaitu Nadiem Attar Tarigan dan saat ini dikenal sebagai Bapack Nadiem. Bapack Nadiem lahir pada Jakarta, 3 Desember 1999 saat ini umur Bapack Nadiem adalah 24 tahun. Bapack Nadiem adalah *content creator* YouTube yang belakangan ini menjadi sorotan para remaja. Bapack Nadiem saat ini terhitung masih sangat baru di dalam dunia *content creator*. Dalam *channel* YouTube Bapack Nadiem memiliki eksistensi dirinya yang dibuat melalui aplikasi Ome TV. Sebelum terkenalnya Bapack Nadiem, ia sering mengunggah video dalam aplikasi TikTok yang bernama “nadiemm_aja”. Lalu Bapack Nadiem memiliki *channel* YouTube dalam membuat konten melalui aplikasi Ome TV, yaitu konten perkenalan dengan perempuan-perempuan di dalam aplikasi Ome TV.

Aplikasi Ome TV merupakan aplikasi berbasis *video call* gratis yang dapat dilakukan dengan sesama pengguna aplikasi Ome TV di seluruh dunia secara acak. Aplikasi Ome TV termasuk dalam kategori aplikasi *live streaming* yang dapat diartikan sebagai teknologi yang menampilkan video yang berlangsung melalui jaringan internet. Aplikasi Ome TV dapat digunakan melalui telepon genggam, laptop, komputer dan lain sebagainya, yang didukung oleh internet. Aplikasi Ome TV saat ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan *personal branding*, dimana salah satunya adalah *content creator* Bapack Nadiem.

Pada kontennya Bapack Nadiem sangat memperlihatkan kemampuannya untuk menarik perhatian kepada para perempuan-perempuan yang menjadi lawan bicaranya. Pada awalnya Bapack Nadiem selalu mengajak untuk memperkenalkan dirinya dan bertanya mengenai profil diri lawan bicaranya, sehingga Bapack Nadiem dapat berhasil mendapatkan *username* Instagram tersebut. Dalam aplikasi Ome TV pada saat menjalin perkenalan dengan perempuan-perempuan Bapack Nadiem memiliki ciri khas dengan cara menggombalkan perempuan-perempuan tersebut.

Salah satu ciri khas yang dimiliki *content creator* Bapack Nadiem pada saat bermain aplikasi Ome TV, yakni dapat dilihat saat menjalin perkenalan dengan beberapa perempuan yang berkomunikasi dengannya. Hal tersebut terlihat dalam beberapa konten video yang diunggah olehnya. Eksistensi Bapack Nadiem sebagai *content creator* di *channel* YouTube sudah tidak diragukan lagi, karena konten yang disajikan dapat menambah pertemanan antara dua orang atau lebih. Dalam konten Bapack Nadiem, sering kali ia melakukan gombal-gombal kepada perempuan yang berbicara dengannya melalui aplikasi Ome TV.

Tujuan dari gombal tersebut adalah untuk melakukan perkenalan sehingga dapat menjalin pertemanan dan dapat melakukan komunikasi yang lebih intens. Pada saat Bapack Nadiem menggombalkan perempuan-perempuan di aplikasi Ome TV, hampir semua perempuan terpujau dengan gombal Bapack Nadiem. Disitulah eksistensi yang dimiliki oleh Bapack Nadiem dan dikenal dengan jago gombalnya kepada perempuan-perempuan di aplikasi Ome TV. Dalam kegigihannya membuat konten Bapack Nadiem

berhasil mendapatkan *subscriber* yang naik dengan cepat. Pertama kali Bapack Nadiem memulai *channel* YouTube nya, yaitu pada tanggal 26 Juli 2022.

YouTube merupakan situs web yang menggunakan internet sehingga pengguna dapat menonton dan membagikan video secara publik. Pengguna YouTube dalam membuat konten di *upload* oleh individu dan dapat disebut *content creator*. Membuat konten, *content creator* tidak akan bekerja hanya sendirian melainkan *content creator* tersebut pastinya akan mempunyai sebuah tim agar dapat mempercepat proses editing dan riset untuk ide konten selanjutnya. YouTube merupakan tempat untuk menonton dan membagikan berbagai video dari seluruh dunia, seperti Vlog, Tutorial, Edukasi, Hiburan, dan lain sebagainya. Sehingga YouTube menjadi media yang sangat penting untuk *content creator* agar dapat membagikan video yang telah di buat. Adapun salah satu dari *content creator* tersebut adalah Bapack Nadiem yang membuat konten dalam aplikasi Ome TV, lalu ia membagikan video tersebut ke dalam *channel* YouTube yang dimilikinya.



Gambar 1.1 *Profile* YouTube Bapack Nadiem

Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 1.1 diatas adalah halaman dari YouTube profil Bapack Nadiem yang saat ini memiliki 123 ribu *subscriber* (5 Maret 2023) dengan total konten sebanyak 48 video. Dilihat dari video *channel* YouTube nya, Bapack Nadiem juga pernah berkolaborasi dengan seorang selebgram, yaitu Cellosxz. Melalui aplikasi Ome TV, seseorang dapat membuat konten yang diinginkannya, seperti halnya menggombalkan lawan jenis. Dalam hal ini tidak hanya *content creator* Bapack Nadiem saja yang membuat konten berupa gombal, melainkan ada *content creator* lainnya, yakni

Madekes dan Ilham Zhao. Para *content creator* tersebut membuat konten dengan menggombalkan lawan jenisnya melalui berbagai cara, yang dimana terdapat perbedaan dalam melakukan gombal tersebut.

Seperti pada konten Bapack Nadiem menggunakan gaya bahasa yang sopan dan hanya seorang diri. Sedangkan *content creator* Madekes melakukan gombal, tetapi di dalam *frame* membuat konten ia tidak sendirian tapi beramai-ramai dengan teman-temannya sebanyak 4 orang. Lalu *content creator* Ilham Zhao melakukan gombal dalam membuat konten, tetapi dengan gaya bahasa yang kurang sopan. Hal ini dapat dilihat terdapat perbedaan pada *content creator* Bapack Nadiem dibandingkan dengan 2 *content creator* tersebut, karena efek yang didapat oleh lawan jenis dapat tersampaikan dengan baik dan lebih intens.

Bapack Nadiem menjadi sosok yang menginspirasi banyak orang dalam kemajuan teknologi komunikasi di internet, membuat setiap orang termasuk Bapack Nadiem dapat mengakses internet tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kehadiran internet merupakan *akselerator* dalam kemajuan teknologi yang mencakup media digital dan media sosial. Media ini membutuhkan akses internet dalam penggunaannya, dimana media internet sebagai sarana komunikasi yang saat ini semakin berkembang pesat sehingga dapat diakses melalui telepon genggam dan disediakan fasilitas dalam berkomunikasi. Seseorang dapat berkomunikasi dengan cara mengirim pesan secara instan dan dapat berkomunikasi juga secara *face to face* yang disebut sebagai *video call*. Hal tersebut mempermudah kita untuk bersosialisasi dengan siapa pun dan dimana pun. Seperti yang diungkapkan oleh Thomas L. Friedman (2005), sebagai “*The World Is Flat*” bahwa dunia semakin rata dan semakin mudah setiap orang dapat mengakses apa pun dari sumber mana pun.

Hal tersebut memungkinkan untuk setiap orang saling memberikan sebuah informasi dan menjalin komunikasi dengan banyak orang, dimana dan kapan saja, dalam hal ini Bapack Nadiem sebagai salah satu remaja di Indonesia yang terdampak dengan kecanggihan teknologi dan bisa memanfaatkan teknologi dengan baik untuk berkomunikasi melalui aplikasi Ome TV.

Berdasarkan sumber DataIndonesia.Id, media sosial memberikan akses untuk berkomunikasi dan berbagai informasi dengan cepat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk berkomunikasi secara *virtual* dan masyarakat juga aktif dalam menggunakan media sosial di Indonesia.



Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial

Sumber: DataIndonesia.Id

Data diatas dapat dilihat pengguna aktif media sosial di Indonesia setiap tahunnya selalu meningkat. Pada saat ini media sosial menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat yang ada di Indonesia. Media sosial saat ini tidak hanya memberikan sebuah informasi, terdapat banyak hal yang bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial, seperti membangun citra seseorang, dengan hal tersebut dapat menunjang keberadaan dan kreativitas seseorang (Kemp, 2021).

Rettberg menjelaskan bahwa media sosial adalah tempat seseorang mengekspresikan diri, baik secara tulisan, visual, atau tempat seseorang dalam mempresentasikan diri. Media sosial merupakan cerminan kepribadian (*personality*) seseorang (Rettberg, 2017).

Media sosial terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, terdapat inovasi yang terus muncul untuk memberikan kepuasan kepada pemakai. Semua *platform* media sosial pastinya memiliki fungsi, peran dan keunggulannya masing-masing. Seperti aplikasi Ome TV yang digunakan oleh Bapak Nadiem untuk membuat konten dalam *channel* YouTubenya. Namun setiap orang yang bermain aplikasi Ome TV memiliki berbagai macam keunikan dalam dirinya.

Seseorang yang menjadi *content creator* di dunia ini banyak dan memiliki berbagai keunikan masing-masing dalam membuat konten, salah satu contohnya adalah *content creator* Fiki Naki dalam bermain aplikasi Ome TV yang memiliki keunikan, yaitu menggunakan bahasa asing di dalam membuat konten YouTubanya. Fiki Naki menguasai beberapa macam bahasa asing, yaitu bahasa Inggris, Rusia, Perancis, dan Rumania. Dalam pembuatan konten tersebut ada pula proses yang harus dilakukan oleh *content creator* agar video yang telah dibuat melalui aplikasi Ome TV dapat di *upload* dalam YouTube.

Proses *content creator* yang membuat konten dalam bermain aplikasi Ome TV, adapun proses yang harus dilakukan, yaitu *content creator* harus melakukan *screen record* pada saat bermain aplikasi Ome TV berlangsung, lalu setelah melakukan *screen record* dan berbentuk menjadi sebuah video harus melakukan proses editing. Setelah melakukan editing video, video tersebut dapat dibagikan oleh *content creator* dalam *channel* YouTubanya, contohnya *content creator* Bapack Nadiem.



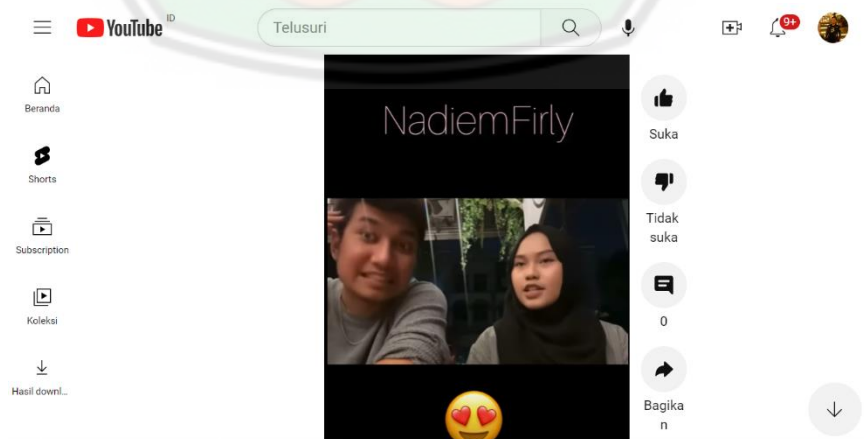
Gambar 1.3 *Screenshot* obrolan Bapack Nadiem

Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 1.3 diatas merupakan salah satu contoh Bapack Nadiem saat menjalin komunikasi dengan seorang perempuan melalui aplikasi Ome TV. Salah satu perempuan yang berkomunikasi dengannya adalah bernama Firly, seorang perempuan yang berkuliah di Tri Sakti dan mengambil jurusan Fakultas Ekonomi Bisnis. Dalam

pernyataannya di dalam video tersebut Firly juga mengaku bahwa ia baru pertama kali bermain aplikasi Ome TV. Di dalam video tersebut juga terlihat saat Bapak Nadiem menggombalkan Firly dengan kata-kata yang membuatnya terpukau. Seperti saat itu Bapak Nadiem dan Firly sedang tengah asik mengobrol dan Bapak Nadiem melihat jam ternyata sudah tengah malam dan sudah berganti hari ke Senin. Lanjutnya Bapak Nadiem menanyakan ke Firly “Nih kamu hari Senin doang?” Firly menjawab “Apanya hari Senin doang?” Bapak Nadiem membalas jawaban “Gemesnya atau setiap hari”. Saat itu Firly terpukau dengan ucapan Bapak Nadiem yang dilontarkan ke Firly, sehingga Firly memberikan respon dengan senyum lebar. Dilihat melalui *channel* YouTube Bapak Nadiem, mereka pun menjalin pertemanan yang baik. Demikian adanya kemajuan teknologi dapat mempermudah antar manusia untuk berkomunikasi dan juga menjalin pertemanan.

Dalam *channel* YouTube Bapak Nadiem di konten video Firly, *subscriber* menantang dan meminta Bapak Nadiem untuk bertemu langsung dengan Firly. Saat itu Bapak Nadiem menerima tantangan tersebut dan menghampiri Firly yang tinggal di Bekasi tepatnya daerah Galaxy, Bekasi Selatan. Pertemuan mereka saat itu disalah satu *coffee shop* yang berada di Galaxy. Dalam pertemuan secara langsung Bapak Nadiem tetap memperlihatkan eksistensi dirinya untuk melakukan gombal-gombal yang dilontarkan ke Firly. Selain itu Bapak Nadiem dan Firly membuat konten *QNA* melalui Instagram dan akan di *publish* dalam *channel* YouTube Bapak Nadiem.



Gambar 1.4 *Screenshot* obrolan Bapak Nadiem

Sumber: Peneliti, 2023

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raihan Al Farisi objek yang digunakan pada penelitian ini adalah *Personal Branding* YouTube Fiki Naki. Dalam penelitian penulis juga membahas mengenai *Personal Branding* YouTube Bapack Nadiem dan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan teknik analisis data kualitatif dan objek yang sama, yaitu media sosial YouTube. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyu Amalia, A.A.I. Prihandari Satvika Dewi objek yang digunakan pada penelitian ini adalah *Personal Branding* Arief Muhammad yang dijuluki oleh penontonnya sebagai The King of YouTube dan King of Trending. Dalam penelitian penulis juga membahas dengan lokus yang berbeda yaitu mengenai *Personal Branding* Bapack Nadiem dan menggunakan objek yang sama, yaitu media sosial YouTube dengan konten bermain aplikasi Ome TV. Penelitian jurnal yang dilakukan Selly Septia Kurniati, Dini Valdiani, Ismail Taufik Rusfien objek yang digunakan pada penelitian ini adalah *personal branding* Fadil Jaidi. Dalam penelitian ini membahas *content cretaor* Fadil Jaidi menjadi sorotan khalayak dari anak kecil hingga dewasa, karena konten yang ia suguhkan berisi kegiatan sehari-hari melalui *channel* YouTubanya. Sedangkan berbeda dengan jenis penelitian yang saat ini peneliti teliti, yaitu konten yang berisikan bermain aplikasi Ome TV melalui *channel* YouTube *content creator* Bapack Nadiem.

Penelitian ini membahas *personal branding content creator* Bapack Nadiem dalam *channel* YouTube yang saat ini *subscriber* semakin bertambah dengan kegigihan Bapack Nadiem dalam membuat konten. Hal ini dapat dilihat Bapack Nadiem memanfaatkan teknologi dengan baik serta komitmen dalam pembuatan konten tersebut. Sehingga *channel* YouTube Bapack Nadiem dapat dikenal banyak oleh masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *content creator* Bapack Nadiem dalam membentuk *personal branding* melalui *channel* YouTube.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana *personal branding content creator* Bapack Nadiem dalam *channel* YouTube?

1.4 Tujuan Penelitian

Pada tingkat yang lebih spesifik, penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan khusus, yaitu untuk menjelaskan masalah-masalah yang terakomodasi dalam bentuk pertanyaan yang dirumuskan pada perumusan masalah di atas, yakni untuk mengetahui bagaimana *personal branding content creator* Bapack Nadiem dalam *channel* YouTube.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tentang *personal branding*, serta hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi seseorang dalam melakukan penelitian yang masih berkaitan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referesnsi praktis memahami *personal branding* dalam pengaplikasiaannya di media *channel* YouTube. Oleh karena itu pada praktiknya penulis dan pembaca dapat memahami bagaimana seorang *content creator* Bapack Nadiem dalam membentuk *personal branding* melalui *channel* YouTube.