

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

Dengan perkembangan zaman teknologi 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, sama dengan halnya seperti *content creator* Bapack Nadiem yang memanfaatkan YouTube untuk membangun *personal branding* dengan memperpresentasikan kompetensi melalui ciri khas dan kemampuan yang ia kuasai dalam bermain aplikasi Ome TV dengan menjadikan sebuah konten *channel* YouTubenya.

Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapack Nadiem secara keseluruhan sebagai seorang *content creator* YouTube Bapack Nadiem memiliki sifat *openness* dan seseorang yang mengelola konten secara konsisten. Maka dari itu merujuk pada teori *personal branding* 8 (delapan) konsep yang dikemukakan oleh (Peter Montoya, 2002), spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Dalam membangun *personal branding*, berdasarkan penelitian ini Bapack Nadiem memiliki 8 (delapan) konsep tersebut, namun yang paling dominan di implementasikan oleh Bapack Nadiem adalah spesialisasi, kepribadian, dan perbedaan. Adapun tiga konsep tersebut, pertama spesialisasi keahlian menggombal lawan jenis bertujuan untuk menjalin perkenalan dengan perempuan-perempuan yang menjadi lawan bicaranya dan fokus dalam konten bermain aplikasi Ome TV. Kedua kepribadian Bapack Nadiem membentuk *personal branding* sebagai *content creator* yang bersifat *openness* terhadap perilaku dengan orang lain. Sifat *openness* yang ditunjukkan Bapack Nadiem ini adalah seorang yang senang berkenalan dengan orang-orang baru melalui

aplikasi Ome TV. Ketiga perbedaan Bapak Nadiem memperlihatkan perbedaannya pada *lifestyle*. Sebagai seorang *content creator* yang masih muda ber-umur 24 tahun ia berpenampilan dan bergaya seperti bapak-bapak. Bapak Nadiem menegaskan bahwa dirinya memiliki perbedaan dari *content creator* lainnya karena awalnya konten yang ia sajikan adalah seperti bapak-bapak dan jokes bapak-bapak, sehingga persona dirinya sudah melekat seperti bapak-bapak. Hal tersebut dilihat konsistensi dalam membangun *personal branding*nya sehingga khalayak mengenal dirinya karena memiliki kepribadian dan karakteristik yang positif.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian tentang Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapak Nadiem. Maka peneliti akan memberikan saran sebagai berikut..

1. Secara akademis, diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya baik dengan subjek penelitian berbeda maupun sama, sehingga dapat ditemukan temuan-temuan baru tentang bagaimana memahami proses membangun *personal branding* di *channel* YouTube.
2. Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk khalayak supaya memahami bagaimana membangun *personal branding* supaya khalayak mengetahui ciri khas dan keunikan yang kita miliki. Hal ini bertujuan supaya seseorang dapat mengendalikan reputasi, dan orang lain dapat fokus pada kelebihan yang kita miliki sehingga mendapatkan penilaian baik di hadapan khalayak.
3. Membangun *personal branding*, perlu memiliki ciri khas tersendiri supaya memiliki identitas. Identitas diperlukan untuk pembeda dengan orang lain, sebab menjadi serupa adalah hal yang lumrah tetapi menjadi berbeda merupakan hal yang istimewa.