



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang dengan pesat, sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru yaitu media digital. Media baru merupakan istilah untuk mencakup kemunculan digital seperti *social network*, *blog*, dan *online* forum yang biasanya menggunakan komputer sebagai medianya. Dengan adanya media baru seperti internet, dominasi media massa konvensional seperti televisi dapat perlahan digeser dengan kemunculan media baru yang berbasis internet.

Situs layanan *video sharing* seperti *Youtube* bahkan diklaim sudah lebih kuat dari televisi dan bukan tak mungkin akan menggantikan fungsi televisi konvensional. Ada banyak pengguna *youtube* yang berkreasi di bidang mereka masing-masing. Dengan sebutan *youtuber* atau sebutan lain *content creator* dari media *youtube* yang bisa dikatakan berasal dari masyarakat biasa, tapi karena sisi kreatifitas mereka, maka mulai banyak yang membuat karya serta konten mengenai kehidupan sehari-hari mereka yang biasa disebut *vlog* (video blog).

Ada banyak *youtuber* dan juga *content creator* yang awalnya hanya masyarakat awam hingga akhirnya bisa menjadi inspirasi banyak orang melalui gaya hidup dan menghasilkan sebuah karya. Melalui konten-konten *youtube* yang dibuat, mereka bisa membentuk *personal branding* untuk meningkatkan nilai jual seorang individu melalui *social media*, *social network*, *blog*, dan lain-lain. Karena *personal branding* merupakan proses membawa *skill*, kepribadian, dan karakteristik unik seseorang yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kemudian membungkusnya menjadi sebuah identitas yang memiliki kekuatan lebih dibanding yang lain.

Personal branding dapat dijadikan sebagai suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang. *Personal branding* telah dibangun oleh seorang individu dari profesi yang ia lakukan tanpa ia sadari. Oleh sebab itu, *personal branding* dapat dianggap sebagai salah satu wujud komitmen seseorang kepada khalayak umum. Dari komitmen tersebutlah harapan-harapan orang lain mengenai seseorang secara spontan muncul menjadi sesuatu yang harus terwujud.

Semakin seseorang dapat menampilkan citra diri sesuai dengan persepsi orang lain, semakin besar pula kepercayaan yang diberikan orang lain kepadanya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Shaker dan Hafiz (2014) yang berjudul *Personal Branding in Online Platform* menghasilkan bahwa pembentukan *personal branding* di *platform online* akan menghasilkan *image* yang sangat kuat. Media sosial pada saat ini menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh *netizen*, oleh karena itu media sosial menjadi profit bisnis yang sangat besar bagi para pelaku *personal branding*.

Penelitian ini akan memfokuskan pada proses pembentukan *personal branding* yang dilakukan oleh salah satu *content creator* yang cukup terkenal di media sosial, yaitu Jerome Polin Sijabat. Jerome Polin dikenal sebagai salah satu pelajar asal Indonesia yang mendapat beasiswa di Jepang, selain itu ia juga sebagai *public figure* yang banyak digemari oleh masyarakat luas terutama remaja di Indonesia karena *channel youtube Nihongo Mantappu* yang berisi tentang video konten edukasi, perjuangan, sekaligus hiburan menarik dan tidak membosankan.

Jerome Polin Sijabat. Jerome Polin dikenal sebagai salah satu pelajar asal Indonesia yang mendapat beasiswa di Jepang, selain itu ia juga sebagai *public figure* yang banyak digemari oleh masyarakat luas terutama remaja di Indonesia karena *channel youtube*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Nihongo Mantappu yang berisi tentang video konten edukasi, perjuangan, sekaligus hiburan menarik dan tidak membosankan.

Bulan Desember tahun 2017 adalah awal mula Jerome Polin merintis kariernya di *youtube channel* yang bernama *Nihongo Mantappu*. Tujuan awal pembuatan *channel youtube* ini adalah memperkenalkan bahasa, budaya, serta tradisi yang ada di Jepang kepada masyarakat di Indonesia. Jerome Polin juga merupakan salah satu sosok inspiratif bagi anak muda di era moderen ini setelah melakukan tahap demi tahap perjuangannya untuk kuliah di luar negeri. Jerome Polin kini masih melanjutkan studi sebagai mahasiswa yang berprestasi di jurusan Matematika Terapan Universitas Waseda.

Karena kepribadian, pembawaan, kredibilitas serta kretifitasnya inilah yang membuat namanya semakin dikenal oleh masyarakat. Hingga saat ini *channel youtube Nihongo Mantappu* milik Jerome Polin sudah mencapai 7,31 juta *subscribers* atau pelanggan dengan memuat 621 video yang bertambah setiap harinya. Jerome Polin juga aktif di berbagai media sosial milik pribadinya. Pada akun media sosialnya, @jeromepolin ini memiliki 5,1 juta pengikut di Instagram dan 1,6 juta pengikut pada akun Twitternya, serta 3 juta pengikut pada akun TikTok miliknya (terakhir dilihat 7 Agustus 2021).

Cita-cita yang ingin diraihnya adalah menjadi Menteri Pendidikan Republik Indonesia dan membuat pendidikan di Indonesia semakin maju. Maka dari itu Jerome Polin sebagai *content creator* pada *channel youtube Nihongo Mantappu* ini membuat video-video yang berisi konten edukasi yang dapat dicerna secara lebih mudah dan menarik. Jerome Polin memiliki kemampuan tersendiri dalam membuat sebuah pelajaran hitung-menghitung matematika yang dinilai cukup sulit dan membosankan tetapi dikemas menjadi sesuatu yang menyenangkan dan menarik untuk dipelajari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI IKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dengan itu, Jerome Polin memiliki nilai *personal branding* yang terbentuk dengan caranya sendiri. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengangkat Jerome Polin sebagai objek penelitian. Karena peneliti menilai bahwa dengan keahliannya dalam menarasikan pelajaran menjadi sesuatu yang menyenangkan, dapat menciptakan *personal branding* bagi dirinya sendiri. Maka penelitian ini diberi judul “*Personal Branding Jerome Polin sebagai Youtuber (Studi Kasus Pada Channel Youtube Nihongo Mantappu Berdasarkan Teori Kepribadian Lima Besar)*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut “*Bagaimana Personal Branding Jerome Polin sebagai Youtuber Pada Channel Youtube Nihongo Mantappu Berdasarkan Teori Kepribadian Lima Besar?*”

C. Identifikasi Masalah

Untuk memperjelas dan mempermudah mencari data, maka penulis merumuskan sub permasalahan yaitu:

1. Bagaimana dimensi emosi dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*?
2. Bagaimana dimensi hubungan dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*?
3. Bagaimana dimensi minat dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*?
4. Bagaimana dimensi orientasi individu dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*?



5. Bagaimana dimensi kemampuan dalam berorganisasi dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*?



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dimensi emosi dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.
2. Untuk mengetahui dimensi hubungan dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.
3. Untuk mengetahui dimensi minat dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.
4. Untuk mengetahui dimensi orientasi individu dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.
5. Untuk mengetahui dimensi kemampuan dalam berorganisasi dari *youtuber* Jerome Polin dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat bagi dunia akademis ataupun masyarakat pada umumnya yang membaca hasil penelitian ini, untuk menjelaskan penerapan dari konsep dan teori komunikasi yang berkaitan dengan fenomena pengguna media jaringan sosial khususnya *youtube*. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi para mahasiswa ilmu komunikasi untuk memperkaya ilmu yang mendalam tentang *personal branding* di media digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan jawaban dari permasalahan yang diteliti dan hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan kajian untuk penelitianpenelitian lainnya yang serupa. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan inspirasi bagi dunia akademis tentang nilai edukasi yang diteliti sebagai cara dalam mengembangkan teori komunikasi pada era digital ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak, yaitu kepada para pemilik akun *youtube* di era globalisasi, karena dapat memberikan sarana bagi para *content creator* untuk dijadikan evaluasi dan referensi dalam menyampaikan pesan-pesan edukasi kepada pentontonnya, serta motivasi untuk lebih banyak menyampaikan pesan-pesan edukasi dalam konten di *youtube* agar dapat mengembangkan konten yang dapat menciptakan dan meningkatkan *personal branding*.

Kedua, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pedoman untuk mahasiswa terutama jurusan ilmu komunikasi. Terkait pembahasan mengenai penelitian komunikasi *personal branding* dengan Teori *Big Five Personality* atau Teori Kepribadian Lima Besar, Penelitian ini dapat bermanfaat, dikarenakan terdapat pembahasan mengenai suatu fenomena di dalam dunia komunikasi pemasaran, serta kaitannya dengan studi kasus *personal branding* melalui *platform* media digital yaitu *youtube*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.