

Jurnal Kartika

by Kartika Rachmadita

Submission date: 13-May-2022 10:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 1835143350

File name: ARTIKEL_KARTIKA_ALFI_RACHMADITA.pdf (373.51K)

Word count: 1557

Character count: 9494

Content Analysis of Clarin Hayes' Personal Branding as a Doctor on Youtube

Analisis Isi Personal Branding Clarin Hayes Sebagai Dokter Di Youtube

Kartika Alfi Rachmadita¹⁾, Poppy Febriana, M.Med.Kom.²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: kartikarachmadita27@gmail.com , poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. This study aims to find out how Clarin Hayes forms her personal branding on YouTube. This type of research is qualitative with a descriptive content analysis approach used by the researcher, which is content analysis from the point of view of Riffe, Lacy, and Fico (1998) in the youtube video of Clarin Hayes. The results show that Clarin Hayes is trying to establish personal branding as a doctor who can answer people's uncertainties through videos made with various discussions and have characteristics and Clarin Hayes is enough to prove that the personal branding that was formed was successfully carried out by Clarin Hayes.

Keywords – Personal Branding, Content Analysis, Youtube.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Clarin Hayes membentuk personal brandingnya di youtube. Jenis penelitian ini kualitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif yang digunakan oleh peneliti merupakan analisis isi dari sudut pandang Riffe, Lacy, dan Fico (1998) dalam video youtube dari Clarin Hayes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Clarin Hayes berupaya membentuk personal branding sebagai dokter yang dapat menjawab ketidak pastian masyarakat melalui video yang dibuat dengan berbagai pembahasan dan memiliki ciri khas dan Clarin Hayes cukup membuktikan bahwa personal branding yang terbentuk berhasil dilakukan oleh Clarin Hayes.

Kata Kunci – Personal Branding, Analisis Isi, Youtube.

I. PENDAHULUAN

Era perkembangan teknologi seperti saat ini, ditandai dengan masuknya internet di lingkungan masyarakat. Seiring berjalannya waktu, muncul platform media baru untuk memudahkan proses komunikasi dan bersosialisasi yaitu media sosial. Dengan keberagaman media sosial yang ada menjadi sarana untuk memperluas pertemanan hingga relasi kerja. Media sosial memiliki penyebaran informasi yang cepat sehingga orang memanfaatkannya sebagai media untuk mempromosikan produk, jasa atau membranding diri dengan berbagai keunikan dan ciri khas yang ditonjolkan.

Personal branding merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya kepribadian, kemampuan atau nilai-nilai dan bagaimana stimulus tersebut menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Menurut Montoya, terdapat 8 konsep pembentukan personal branding sebagai pondasi dari personal brand yang kuat, yaitu : spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik [1]. Teknologi dimanfaatkan untuk membangun personal branding dari berbagai profesi, salah satunya dokter. Clarin Hayes adalah salah satu dokter yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membranding, platform yang digunakan adalah youtube. Clarin Hayes menggunakan youtube sebagai media personal branding untuk menjangkau pengguna dari media tersebut, dengan harapan ilmu yang dimiliki dapat diterima. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Clarin Hayes membentuk personal brandingnya di youtube.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif yang digunakan oleh peneliti merupakan analisis isi dari sudut pandang Riffe, Lacy, dan Fico (1998) yang berisi tentang proses yang

menggunakan sistem yang dapat dicontoh berdasarkan lambang komunikasi, untuk memperoleh lambang angka harus memakai metode statistik yang tepat agar dapat mengilustrasikan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan makna baik produksi maupun konsumsi [2]. Dalam teknik analisis data, peneliti menggunakan analisis isi dari sudut pandang Riffe, Lacy, dan Fico untuk menunjang penelitiannya. Tahapan dalam menganalisis data pada penelitian ini sebagai berikut :

Tujuan	Untuk mengetahui <i>Personal Branding</i> Clarin Hayes melalui media sosial (Youtube)
Unit Sampling	Potongan Video Youtube.
Unit Pencatatan	<p>Personal branding yang dilakukan oleh Clarin ditinjau dari elemen unit pencatatan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit Fisik yang akan mengukur luas/panjang dari teks serta durasi video. - Unit Sintaksis menggunakan elemen bahasa yang tergantung dari jenis teks, untuk bahasa tertulis dari kolom deskripsi serta teks yang berada dalam video yang kemudian dihitung frekuensi kata/kalimat dalam teks. - Unit Referensi mencatat kata yang mirip dan kata yang berlainan namun mempunyai makna yang sama maka dicatat . - Unit Proposional menghubungkan satu kalimat dengan kalimat yang lain lalu disimpulkan dalam bentuk rangkaian kalimat. - Unit Tematik lebih melihat ke topik pembicaraan tersebut lalu disimpulkan tema pembicaraannya.
Unit Konteks	Memberi kata – kata disetiap angka maupun presentase yang muncul, supaya memiliki makna tentang personal branding

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Clarin Hayes kelahiran Surabaya 7 Juni 1995 ini menempuh pendidikan kedokterannya dengan predikat cumlaude di Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2017 dan sumpah dokter pada 1 Agustus 2019. Selain berprofesi sebagai dokter, Clarin juga seorang konten creator youtube sejak tahun 2017. Dalam konten youtubanya membahas tentang tips, mitos dan fakta seputar kesehatan dan kecantikan. Data pada penelitian ini berupa potongan video yang diunggah di chanel youtube milik Clarin Hayes, khususnya yang relevan dengan judul penelitian tentang personal branding Clarin Hayes. Peneliti fokus pada bagaimana Clarin Hayes membentuk personal brandingnya di Youtube.

Unit Sampel

Dalam penelitian ini peneliti memilih 3 video yang ada pada chanel youtube Clarin Hayes sebagai berikut :

Unit Pencatatan

Dalam unit pencatatan peneliti menggunakan 3 unit pencatatan yaitu unit sintaksis, unit referensial dan unit tematik karena 3 unit tersebut dapat membaca lebih detail data yg dibutuhkan.

a. Unit Sintaksis

Kosa Kata	Video 1	Video 2	Video 3
Kesehatan	12	5	6
Jantung	33	1	1
Diabetes	8	10	3
Penyakit	14	2	4
Kolesterol	9	3	1
Darah	16	3	6
Dokter	2	4	6
Resiko	7	1	1

Setelah di analisis dengan unit sintaksis, ada beberapa kata yang sering di ucapkan oleh Clarin Hayes. Di video 1, 2 dan 3 mengucapkan kata “kesehatan” sebanyak 23 kali, kata “jantung” sebanyak 35 kali, kata “diabetes” sebanyak 21 kali, kata “penyakit” sebanyak 20 kali, kata “kolesterol” sebanyak 13 kali, kata “darah” sebanyak 25 kali, kata “dokter” sebanyak 12 kali, dan kata “resiko” sebanyak 9 kali. Pada unit sintaksis ini youtube membangun personal branding Clarin Hayes dengan Spesialisasi (Law of spesialization), digambarkan Clarin adalah seorang dokter yang membangun citranya di sosial media youtube.

b. Unit Referensial

Kosa Kata	Video 1	Video 2	Video 3
Tenaga Kesehatan	3	0	0
Penyakit	28	14	20
Upaya Pencegahan	5	7	8
Berbagi Infomasi	13	12	19
Pengarahan	9	7	7

Dalam tabel tersebut menerangkan bahwa dalam video 1 terdapat pembahasan yang sering diucapkan oleh Clarin yaitu kata – kata dengan konteks “tenaga kesehatan” sebanyak 3 kali. Kemudian kata dengan konteks “penyakit” sebanyak 28 kali dalam video 1, dalam video 2 sebanyak 14 kali, dan dalam video 3 sebanyak 20 kali. Selanjutnya kata dengan konteks “upaya pencegahan” dalam video 1 sebanyak 5 kali, dalam video 2 sebanyak 7 kali, dalam video 3 sebanyak 8 kali. Lalu kata dengan konteks “berbagi informasi” dalam video 1 sebanyak 13 kali, dalam video 2 sebanyak 12 kali, dan dalam video 3 sebanyak 19 kali. Dan yang terakhir kata “pengarahan” dalam video 1 disebutkan sebanyak 9 kali, dalam video 2 sebanyak 7 kali dan dalam video 3 sebanyak 7 kali. Begitu banyak kata terkait kesehatan yang diulang oleh Clarin yang menunjukkan besarnya perhatian yang telah dan akan di curahkan pada masalah ini. Paa unit referensial ini youtube membangun personal branding clarin hayes dalam kepemimpinan, digambarkan clarin hayes sebagai sosok yang dapat menjawab rasa ingin tahu masyarakat tentang kesehatan.

c. Unit Tematik

Kategori	Definisi	Elemen Kunci	Contoh
Menyenangkan	Menyenangkan dalam KBBI adalah membangkitkan rasa senang hati.	Gaya penyampaiannya ringan dengan nada yang ceria.	Clarin menyampaikan informasi terkait konten video yang dibuat dengan gaya bahasa yang ringan, sehingga penonton yang menikmati video clarin tersebut mudah untuk memahami dan merasa terbantu dengan informasi yang disampaikan oleh clarin. 

Gaya Informal	Informal dalam KBBI adalah tidak resmi	Gaya yang tidak resmi dengan menggunakan pakaian casual.	 <p>Gambar diatas menunjukkan bahwa Clarin adalah salah satu dokter yang dalam konten youtube yang menggunakan pakaian non formal seperti dokter pada umumnya.</p>
Slogan	Slogan dalam KBBI adalah rangkaian kalimat pendek yang dipakai untuk mengasosiasikan sebuah <i>brand</i> (merek) atau perusahaan di benak konsumen	Mengucapkan kata – kata yang sama secara terus menerus dalam setiap konten video di chanel youtubanya	Dalam pembukaan video, clarin memperkenalkan diri dengan nada penyampaian yang sama dan menyebutkan kalimat “Dukung biar chanel ini jadi chanel kesehatan baik mental maupun fisik dan kecantikan no. 1 di Indonesia.”
Informatif	Informatif dalam KBBI bersifat memberi informasi.	Dalam konten video, Clarin tak hanya menjelaskan secara lisan saja tap clarin juga memberikan tambahan informasi dalam bentuk gambar maupun tulisan yang di letakkan dalam videonya.	
Kreatif	Dalam KBBI arti dari kreatif adalah memiliki kemampuan untuk menciptakan.	Clarin tidak hanya mampu untuk membeikan informasi dalam bidang kesehatan saja, tetapi clarin juga dapat membuat suatu konten diluar kesehatan dan	Membuat daily vlog tentang keseharian mahasiswa kedokteran bahkan clarin juga menyempatkan untuk menjawab pertanyaan penontonya dalam bentuk video yang dikemas dengan sesi tanya jawab. Bahkan clarin juga membagikan tips tentang mengatur keuangan.

		dapat diterima oleh penontonnya.	
--	--	----------------------------------	--

Jika ditinjau dari unit tematik ini, youtube membangun personal branding Clarin hayes dengan Perbedaan menggambarkan clarin sebagai sosok yang menyenangkan, menggunakan gaya yang informal, lalu personal branding Kenampakan yang menggambarkan sosok clarin hayes memiliki slogan yang diucapkan secara terus menerus pada setiap video, menambahkan teks dan gambar sehingga menjadi video yang informatif, dan yang terakhir memiliki kreativitas dengan membuat video yang tak hanya membahas tentang dunia kesehatan. Dan yang terakhir, personal branding yang terbangun adalah kenampakan, untuk memperkuat personal branding clarin hayes mengunggah video di chanel youtubanya sebanyak dua sampai tiga kali dalam seminggu, sehingga penonton

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis isi tentang personal branding Clarin Hayes pada youtube yaitu Clarin Hayes berupaya membentuk personal branding sebagai dokter yang dapat menjawab ketidak pastian masyarakat melalui video yang dibuat dengan berbagai pembahasan dan memiliki ciri khas dan Clarin Hayes cukup membuktikan bahwa personal branding yang terbentuk berhasil dilakukan oleh Clarin Hayes.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk :

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan ridhonya penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan Ibu dosen yang sangat berperan penting dalam terselesaikannya penelitian ini.
3. Oraang tua tercinta yang senantiasa memndukung dan mendoakan hingga terselesaikannya penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Eriyanto. (2011). *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi san Ilmu - Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Jurnal Kartika

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

konsultasiskripsi.com

Internet Source

2%

2

acopen.umsida.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%