

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjawab rumusan masalah yaitu pembentukan *personal branding* Abigail Manurung di Akun TikTok @geuneve setelah viral celetukan 'bercyandya'. Ketika viral pada tahun 2023 lalu, Abigail Manurung dikenal publik karena celetukannya "bercyandya" pada video yang diunggah oleh akun TikTok @thesadewa. Nama Gege "bercyandya" akhirnya membuat dirinya membutuhkan proses pembentukan *personal branding* yang bahkan sudah satu tahun berlalu dirinya pun masih berproses mencari jati diri.

Proses pembentukan *personal branding* dari Abigail Manurung dilakukan melalui 4 siklus yang dijabarkan oleh Silih Agung Wasesa atau yang disebut *Circle P*. Berikut proses pembentukan tersebut yang dibagi menjadi 4 siklus, diantaranya siklus pertama yang disebut *competency* sebenarnya dirinya tidak pernah melakukan riset mengenai keunggulan ataupun keotentikan dari dirinya, karena Gege cenderung menjadi dirinya sendiri dan *go with the flow* sebagai seseorang yang santai. Namun, mungkin publik memang telah melakukan pembeda Gege dengan yang lain melalui celetukan "bercyandya". Kemudian, siklus kedua adalah *connectivity*, Gege mulai memanfaatkan TikTok untuk mengunggah konten spontan dan yang memang dirinya ingin unggah sebagai bentuk kompetensi yang ingin ditunjukkan melalui TikTok.

Pada siklus ketiga yaitu *creativity*, Gege sebenarnya tidak secara khusus mengusahakan sebagai seseorang yang kreatif, namun Gege tetap menjadi dirinya sendiri untuk berproses mencari jati diri dan mencari tahu *personal branding* lebih dalam mengenai dirinya. Terakhir, siklus keempat adalah *compliance* dan *contribution*. Pada siklus *compliance*, Gege sedang berproses untuk mengontrol *personal branding* yang dirinya bentuk. Sedangkan, pada

contribution, Gege tidak pernah secara langsung mengulik dampak dan citra di mata masyarakat karena baginya selama dirinya mengunggah konten yang sopan, tidak kontroversial, dan tidak menyalahi aturan masyarakat maka dirinya sudah menjadi diri sendiri dan tidak memberikan hal negatif di akun TikTok.

Gege memanfaatkan berbagai media sosial, namun Gege memilih TikTok sebagai media sosial yang lebih terbuka, dengan bebas mengunggah konten apapun yang bisa dilihat oleh semua pengguna TikTok, baik *followers* maupun yang bukan *followers*. TikTok menjadi media yang dipilih Gege untuk kepentingan mengunggah konten yang bebas dilihat orang, berinteraksi dengan orang lain yang belum pernah ditemui, dan juga mengunggah konten *endorse*, karena TikTok merupakan media yang algoritmanya tidak tertebak, sejalan dengan dirinya yang juga masih mencari persona yang tepat ditampilkan di muka umum. Oleh karena itu, hingga satu tahun setelah viralnya Gege, dirinya mengakui bahwa sampai 2024 Gege masih berproses untuk membentuk *personal branding* dengan mencari jati diri, sehingga *personal branding* yang muncul tidak hanya karena viral.

B. Saran

Penelitian ini memiliki saran yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Akademis

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengetahui pembentukan *personal branding* dari Abigail Manurung di akun TikTok miliknya. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat melihat dan mengetahui strategi dari *personal branding* Abigail Manurung sehingga dirinya bisa mempertahankan *personal branding* tersebut, sehingga Abigail Manurung tidak hanya dikenal sebagai seseorang yang mendadak viral.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk Abigail Manurung untuk tetap berproses dalam pembentukan *personal branding* dirinya. Selain itu, bisa menilai dirinya sendiri hingga akhirnya dapat membentuk strategi *personal branding* dirinya dan mempertahankannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Asyifa, Hanun. (2023). *TikTok dan Instagram: Mana yang Lebih Efektif untuk Bisnis?!*. Diakses dari <https://gcomm.id/social-media-updates/tiktok-dan-instagram-mana-yang-lebih-efektif-untuk-bisnis/>
- Agusigit. (2023). *Si Bercandya Mahasiswa UGM, Ternyata Seseu Ini Sosoknya*. Diakses dari <https://www.krjogja.com/sleman/1242903486/si-bercandya-mahasiswa-ugm-ternyata-seseu-ini-sosoknya>
- Annur, Cindy. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 uta Orang hingga Awal 2023*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,on%20year%20fyoy>
- Annur, Cindy. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Chania, Meta. (2023). *Personal Branding Vina Muliana melalui Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Akun TikTok @vmuliana)*. *Skripsi*
- Febrian, Ramdan. (2021). *Alasan Konten TikTok Lebih Cepat Viral*. Diakses dari <https://voi.id/tulisan-seri/42114/alasan-konten-tiktok-lebih-cepat-viral>
- Kadiyono, A. L., Gunawan, G., Budiarto, A., & Andriani, E. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal of Community Service Learning*, 4(4), 263–273.
- Lee, Hay. (2022). *Alasan Mengapa TikTok Kini Begitu Populer, Kamu Penggunanya*. Diakses dari idntimes.com/tech/trend/sahrul-5/alasan-tiktok-kini-populer-c1c2
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Montoya, Peter., & Vandehey. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw Hill Professional.
- Polit, D. & Beck, C. (2004). *Nursing Research: Principle and Methods*, 7 Edition. Philadelphia: J.B. Lippincott Company
- Purnomo, Heri. (2023). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 215 Juta Jiwa, Kebanyakan untuk Sosmed*. Diakses dari <https://ekbis.sindonews.com/read/1188797/34/pengguna-internet-indonesia-tembus-215-juta-jiwa-kebanyakan-untuk-sosmed-1693375735>
- Putri, C. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1(5)*
- Rizaty, Monavia. (2023). *Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>

- Savitri, Shinta. (2022). *11 Fitur TikTok yang Wajib Diketahui | TikTokers Harus Coba!*. Diakses dari <https://www.rukita.co/stories/fitur-tiktok-yang-wajib-diketahui/>
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding dalam Meningkatkan *Performance* Diri. Selodang Mayang: *Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir, Vol 4(1)*, 85.
- Soetomo. *Personal Branding* dalam Peningkatan Elektabilitas (Studi Kekuatan Foto Ganjar Pranowo Pada Pemilihan Gubernur Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol. 4(1)*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*, Edisi, Cet. 7. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taufik, M. (2020). *Media Sosial sebagai Alat Komunikasi dan Informasi Organisasi yang Efektif*. Diakses dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>
- Wolipop, Tim. (2023). *Asal Muasal Kata 'Bercyandya' yang Viral di TikTok*. Diakses dari <https://www.detik.com/sumut/berita/d-6914193/asal-muasal-kata-bercyandya-yang-viral-di-tiktok>
- Yunitasari, Cindy dan Edwin Japarianto. Analisa Faktor-faktor Pembentuk *Personal Branding* dari CYN. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1(1)*, 2013, 1-8



Lampiran I

Matriks Wawancara

No	Narasumber	Konsep	Penjelasan	Pertanyaan
1	Abigail Manurung dan Manajer	<i>Personal Branding</i>	Spesialisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa perbedaan Abigail Manurung dengan lainnya yang viral di media sosial? 2. Apa ciri khas dari Abigail Manurung? 3. Bagaimana cara Abigail Manurung untuk mencapai dan mempertahankan ciri khas tersebut? 4. Apa keahlian dari Abigail Manurung? 5. Bagaimana Abigail Manurung menunjukkan keahlian tersebut di TikTok miliknya, khususnya melalui konten?
			Kepemimpinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Abigail Manurung memiliki kredibilitas setelah celetukannya viral di TikTok? Mengapa? 2. Bagaimana Abigail Manurung memposisikan dirinya di publik setelah viral celetukannya tersebut? 3. Apakah celetukan tersebut dapat mempengaruhi publik? Mengapa? 4. Bagaimana Abigail Manurung dapat memiliki kredibilitas yang diimplementasikan pada akun TikTok miliknya?
			Kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah setelah viral, Abigail Manurung tetap menjadi dirinya sendiri? Mengapa? 2. Bagaimana Abigail Manurung untuk tetap menjadi dirinya sendiri di akun TikTok miliknya? 3. Apa kekurangan Abigail Manurung? Bagaimana cara mengatasinya? 4. Bagaimana proses penerimaan Abigail Manurung dari kekurangan tersebut? 5. Apakah kekurangan tersebut tetap

				diperlihatkan setelah dirinya viral? Mengapa?
			Perbedaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa perbedaan Abigail Manurung dengan yang lain? 2. Apa hal yang menonjol dari Abigail Manurung yang ditunjukkan pada akun TikTok miliknya? 3. Apa hal yang diingat masyarakat selain celetukan viral dari Abigail Manurung? 4. Bagaimana Abigail Manurung mempertahankan supaya dirinya tetap diingat? 5. Bagaimana konten yang diunggah Abigail Manurung untuk tetap diingat oleh masyarakat?
			Konsistensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana jadwal unggahan konten di akun TikTok Abigail Manurung? 2. Menurut anda, apakah jadwal tersebut konsisten? Mengapa? 3. Bagaimana persepsi masyarakat setelah Abigail Manurung mengunggah konten di TikTok?
			Kesatuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana citra Abigail Manurung dimata masyarakat? 2. Apakah citra tersebut sejalan dengan etika moral dan sikap di masyarakat? Mengapa?
			Keteguhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Abigail Manurung untuk tetap mengikuti <i>trend</i>? 2. Apakah <i>trend</i> tersebut ditunjukkan pada akun TikTok? Mengapa? Apa contohnya? 3. Apakah <i>trend</i> tersebut memiliki pengaruh untuk Abigail Manurung? Mengapa? 4. Bagaimana Abigail Manurung untuk tetap berpegang teguh pada prinsip <i>personal branding</i> ditengah <i>trend</i> tersebut?
			Nama Baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Abigail Manurung untuk memberikan hal positif di akun TikTok miliknya? 2. Apa nilai yang bisa dicontoh dari Abigail Manurung? 3. Apa manfaat yang diterima masyarakat karena viralnya Abigail Manurung?

	Manajer Abigail	<i>Personal Branding</i>	Tahapan Personal Branding	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Abigail untuk membangun keotentikan dirinya melalui konten di TikTok? 2. Bagaimana Abigail memanfaatkan media sosialnya saat ini setelah viral di kalangan audiens? apakah hanya mengunggah konten atau mengusahakan adanya interaksi dalam media sosial? 3. Adakah proses kreatif dalam pembuatan konten media sosial Abigail? jika iya, bagaimana prosesnya? 4. Bagaimana cara Abigail memperkuat karakternya di media sosial? karakter seperti apa yang ingin dibangun? 5. Inovasi seperti apa saja yang sudah dilakukan oleh Abigail terkait perannya dalam konten media sosial? Bagaimana cara menciptakan inovasi tersebut? 6. Bagaimana cara Abigail mengontrol <i>personal branding</i> yang telah dibangunnya? 7. Bagaimana respons audiens saat ini, apakah berbeda dengan awal keviralan konten” bercyanda” atau sama saja?
2	Abigail dan Manajer	Media Sosial	TikTok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengapa Abigail Manurung lebih memilih TikTok? 2. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur tambahkan musik? Mengapa dan apa contohnya? 3. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan efek suara? Mengapa dan apa contohnya? 4. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur sulih suara? Mengapa dan apa contohnya? 5. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur stiker dan efek? Mengapa dan apa contohnya? 6. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur filter? Mengapa dan apa contohnya? 7. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur <i>timer</i>? Mengapa dan apa contohnya? 8. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur <i>beautify</i>? Mengapa dan apa contohnya? 9. Apakah Abigail Manurung

				<p>memanfaatkan fitur Q&A? Mengapa dan apa contohnya?</p> <p>10. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur tagar? Mengapa dan apa contohnya?</p> <p>11. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur <i>stitch</i>? Mengapa dan apa contohnya?</p> <p>12. Apakah Abigail Manurung memanfaatkan fitur duet? Mengapa dan apa contohnya?</p>
	<i>Brand endorse</i> Abigail Manurung			1. Apasaja konten yang diunggah sebagai kerjasama hasil <i>brand</i> dengan Abigail Manurung?
3		Viralitas	Viralitas	<p>1. Bagaimana perasaan Abigail Manurung setelah celetukannya viral?</p> <p>2. Apa perbedaan sebelum dan sesudah viral terkait pribadi Abigail Manurung?</p> <p>3. Bagaimana respon masyarakat setelah Abigail Manurung setelah viral?</p> <p>4. Bagaimana respon orang terdekat setelah Abigail Manurung viral?</p>
	<i>Brand endorse</i> Abigail Manurung			<p>1. Mengapa <i>brand</i> memilih Abigail Manurung untuk <i>endorsement</i>?</p> <p>2. Apa kesamaan dan nilai yang ada dari Abigail dengan <i>brand</i>?</p> <p>3. Apa dampak dari Abigail Manurung sebagai <i>endorser</i> untuk <i>brand</i>?</p> <p>4. Bagaimana tanggapan konsumen dari <i>brand</i> terkait <i>endorsement</i> tersebut?</p>

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1: Abigail Manurung

P : Pewawancara

N : Narasumber

P : Halo selamat siang Kak Gege, perkenalkan saya Erika, tujuan saya mewawancarai Kak Gege siang hari ini adalah untuk menanyakan beberapa hal terkait pembentukan personal branding Abigail Manurung atau Kak Gege di akun tiktok @geuneve

N : Halo Erika, saya Gege, baik silahkan dimulai

P : Sebelumnya terima kasih untuk kesempatannya. Kita mulai di pertanyaan pertama ya kak. Jadi menurut Kak Gege, apa perbedaan kakak dengan orang lain yang juga viral di media sosial? Dan apakah ada ciri khas yang membedakan kakak dengan yang lainnya?

N : Kalau perbedaan saya kurang tau ya karena saya nggak pernah riset sebelumnya tentang siapa siapa yang viral, karena keviralan bercyandya kemarin itu not by design alias saya nggak rencanakan sama sekali akan viral, justru saya malah kaget dengan ini haha.. kalau untuk ciri khas, mungkin karena apa yang saya lakukan kemarin spontan saja, dan untuk konten lainnya saya tidak rencanakan, saya lebih easy going, ketika saya mau upload konten ya upload aja nggak ada plan atau apapun yang saya targetkan akan viral lagi

P : Oh begitu, lalu berarti apakah akan selalu mempertahankan ciri khas easy going tersebut atau mau mencari kekhasan lain yang membuat audiens atau followers kakak tertarik untuk selalu mengikuti kakak?

N : Kalau untuk seterusnya saya akan tetap *go with the flow*, nggak mau cari cari ciri khas karna ya saya gini-gini aja udah cukup, malah saya sebenarnya nggak mengharapkan saya terkenal sih

P : Kalau tentang keahlian, apa keahlian kakak yang kakak punya?

N : Saya bisa dan suka menari, beberapa konten saya ada kok konten menari, makannya media sosial yang saya punya ya saya pakai sesuai mau saya, lagi pingin upload nari,

upload. Pingin upload challenge, ya lakuin. Jadi spontan semua aja se mood saya..
kecuali untuk endorse ya, karena ada beberapa endorser yang memberi script atau konsep yang mereka mau untuk saya bikin dan upload, tapi kalau nggak ada script ya saya bikin se munculnya ide aja

P : Baik.. Sekarang membahas mengenai kredibilitas. Apakah kak Gege memiliki kredibilitas setelah keviralan tersebut? Bagaimana wujud kredibilitas tersebut?

N : Menurut saya iya, karena mulai banyak produk atau merek yang mempercayakan produknya untuk saya promosikan atau endorse

P : Berarti kredibilitasnya dilihat dari kepercayaan brand untuk mengendorse saya ya?

N : Betul, dan banyak yang tertarik lalu membeli produk saya juga karena ada beberapa brand yang mengendorse saya berkali-kali setelah saya promosikan

P : Contoh brand-nya apa kak kalau boleh tau?

N : Aduh selain saya lupa, tapi saya kayanya tidak akan nyebutin brand nya juga deh hehehe

P : Baik kak tidak apa-apa hahaha, nanti kami izin untuk observasi di laman media sosialnya ya

N : Nah kalau gitu gapapa, silahkan

P : Baik, move ke pertanyaan berikutnya ya kak. Setelah keviralan kak gege karena celetukan bercyandya nya, bagaimana kakak memposisikan diri di public dan apakah hal itu berpengaruh pada public?

N : Saya selalu berusaha untuk komunikatif kepada public atau followers saya, di media sosial maupun jika bertemu langsung dan misal ada yang mengenali saya gitu..

celetukan spontan bercyanda kemarin itu jujur sangat mempengaruhi saya di mata public, dalam artian lebih banyak yang kenal dan kadang juga ada yang bisik-bisik menirukan celetukan bercyandya saya, nah saya suka denger begitu-begitu hehe.

Mungkin karena unik sehingga hal ini cukup berpengaruh di public ya

P : Lalu bagaimana Kak Gege dapat memiliki kredibilitas yang diimplementasikan pada akun TikTok milik kakak?

N : Mungkin bisa dilihat dari bertambahnya followers?

P : Apakah setelah viral, Kak Gege tetap menjadi diri sendiri? Mengapa?

N : Jelas iya, karena dari awal memang jadi diri sendiri, nggak ada yang perlu dirubah juga

P : Bagaimana cara kakak menunjukkan di TikTok bahwa kakak tetap jadi diri sendiri?

- N : Nggak gimana-gimana sih, ya seperti yang saya bilang tadi bahwa saya akan upload konten sesuka saya, tidak ada planning dan tidak akan mencoba menjadi Gege yang lain
- P : Kalau menurut Kak Gege, kekurangan apa sih yang kakak miliki?
- N : Saya pribadi yang introvert, sehingga saat konten saya viral kemarin saya sempat merasa tidak nyaman karena saya memang kurang nyaman jika berada di lingkungan baru atau bertemu dengan orang baru sekalipun
- P : Apa yang kakak lakukan untuk mengatasi hal tersebut?
- N : Sampai sekarang saya masih belum tahu cara saya mengatasi kekurangan saya karena sampai detik ini pun saya masih merasa kurang nyaman jika berada di lingkungan baru atau di tempat dengan orang asing yang banyak
- P : Lalu bagaimana proses penerimaan kakak dari kekurangan tersebut?
- N : Ya terima aja, mau nggak mau aku harus go with the flow sambil introspeksi diri dan berusaha mengurangi atau merubahnya menjadi lebih baik
- P : Apakah kekurangan tersebut tetap diperlihatkan setelah kak gege viral?
- N : Mau aku ga perlihatkan juga pasti ada yang sadar mungkin dari raut wajah ku secara tidak disadari ketika aku merasa tidak nyaman didekati strangers. Tapi aku juga nggak mau berusaha terlalu keras untuk menutupi ketidaknyamananku, karena dasarnya emang begini dan susah untuk mengubah, mungkin bisa tapi harus perlahan aja
- P : Apakah kak Gege menyadari perbedaan kakak dengan seleb atau tokoh lain yang viral secara spontan juga di media sosial?
- N : Saya kurang tau kalau itu
- P : Kalau hal yang menonjol dari Kak Gege yang kakak tunjukkan dari akun tiktok kakak apa?
- N : Belum ada sih karena lagi proses mencari persona juga
- P : Menurut kakak, apa yang paling diingat oleh masyarakat tentang kakak?
- N : Tentunya celetukan bercyandya yang membuat saya dikenal, tapi kalau selain itu saya kurang paham karena saya sebagai Abigail Manurung bukan sebagai masyarakatnya
- P : Lalu bagaimana kakak mempertahankan ingatan masyarakat tentang kakak?
- N : Nggak ada usaha apa-apa karena menurut saya juga saya sudah tidak terlalu naik atau viral, hanya pada saat itu aja boomingnya walaupun sampai sekarang followes dan endorser saya tetap lumayan banyak

- P : Apakah ada usaha membuat konten menarik yang sekiranya membuat kembali viral atau naik lagi?
- N : Tidak, ada. Seperti yang sudah saya jelaskan bahwa saya tidak pernah membuat rencana konten yang saya akan unggah seperti apa, go with the flow aja, walaupun memang sudah tidak dikenal ya saya nggak masalah karena memang saya kurang senang jika terlalu menjadi spotlight di lingkungan sekitar
- P : Bagaimana respon masyarakat setelah Kak Gege mengunggah konten TikTok?
- N : Ya insyaAllah positif
- P : Bagaimana citra Kak Gege di mata masyarakat?
- N : Itu saya juga kurang tau karena nggak pernah mengulik tentang itu
- P : Apakah kak Gege mengunggah akun dengan mengikuti tren?
- N : Tidak, saya tidak pernah mengikuti trend, tapi kalau misal ada lagu bagus yang saya suka, saya bisa juga kadang upload konten nari dengan lagu itu, atau kalau ada choreo menarik di TikTok saya juga kadang bikin, tapi ya sesuka saya jadi nggak pernah mematok trend terbaru
- P : Bagaimana Kak Gege tetap berpegang teguh pada prinsip personal branding ditengah trend tersebut?
- N : Saya juga masih cari tau tentang itu
- P : Bagaimana cara Abigail Manurung untuk memberikan hal positif di akun TikTok miliknya?
- N : Selama ini saya belum mengunggah konten positif apa-apa, dalam artian yang saya unggah tidak memikirkan kepositifan konten itu di mata masyarakat, tapi saya memang tidak pernah memberikan hal-hal negative di media sosial, ya dalam pengertian dasar aja sih, yang sopan-sopan, tidak kontroversial, tidak menyalahi aturan masyarakat, gitu aja
- P : Menurut Kak Gege, apa nilai yang bisa dicontoh dari kakak?
- N : Saya tidak mudah terpengaruh omongan orang lain
- P : Menurut Kak Gege, apa manfaat yang diterima masyarakat karena konten kakak?
- N : Saya juga kurang tau, tapi mungkin konten-konten saya khususnya konten bercyandya yang viral kemarin itu menghibur masyarakat ya. Mungkin manfaat hiburan aja sih
- P : Kenapa kakak memilih TikTok untuk mengunggah konten-konten itu?
- N : Saya aktif di banyak media sosial, tapi memang yang saya nggak private sekarang tuh TikTok, memang juga saya lebih aktif mengunggah konten iseng iseng di sana.

Saya senang karena algoritmanya tidak tertebak, sejalan sama saya yang masih bingung mencari persona saya

P : Apakah Kak Gege memanfaatkan fitur tambahkan musik? Mengapa dan apa contohnya?

N : Iya hampir setiap konten aku pake background music biar rame aja sih videonya, biar bagus

P : Untuk fitur lain yang digunakan kak Gege selain background musik apa saja?

N : Kadang pakai filter kalau konsepnya sejalan, timer kalau lagi bikin konten nari, tagar untuk upload konten endorse kalau kliennya ada request.. Paling itu aja sih

P : Baik.. Tadi Kak Gege menjawab bahwa kakak tidak pernah mengunggah konten yang mengikuti tren, tapi apakah trend yang ada yang membuat makin banyak yang viral itu mempengaruhi kak Gege?

N : Karena saya memang tidak merencanakan keviralan ini, maka dari itu sikapku terhadap trend sih santai-santai ajak arna pasti nanti akan ada lah yang lebihlebih dari aku, toh aku jadi lebih ayem karna atensi orang-orang sama aku mungkin bisa berkurang ya kalau ketemu langsung gitu

P : Baik, ayo sih respon Kak Gege pertama kali ketika kontennya viral?

N : Jujur saya kaget banget, nggak nyangka celotehan receh saya membawa saya ke posisi seperti ini, karena saya biasa bercanda dengan keluarga atau teman-teman saya ya seperti itu apa adanya, kok bisa loh sampai viral begitu.. nggak nyangka dan nggak pernah prediksiin itu sih

P : Apa aja nih perbedaan antara sebelum dan sesudah Kak Gege viral?

N : kalau di lingkungan teman-teman, kebanyakan jadi ikutan menyeletuk bercyandya di percakapan kami sehari-hari. Untuk di luar, saya merasa kurang nyaman untuk keluar sendirian karena banyak yang notice saya, untuk minta foto, atau mendekati saya untuk menyeletuk bercyandya, bahkan banyak atau sering saya merasa diliatin sama orang-orang di tempat umum. Perbedaan lain yang saya rasakan ya berkaitan sama diri saya sih, kalau sebelumnya saya nggak terlalu mikirin citra saya karena ya yang kenal saya hanya teman-teman atau orang yang pernah bertemu langsung, berinteraksi sama saya. kalau sekarang, lebih banyak orang yang tau saya dari keviralan kemarin, jadi saya harus lebih bisa menjaga sikap baik di media sosial maupun di tempat umum..

P : Kalau respon orang-orang terdekat Kak Gege seperti apa?

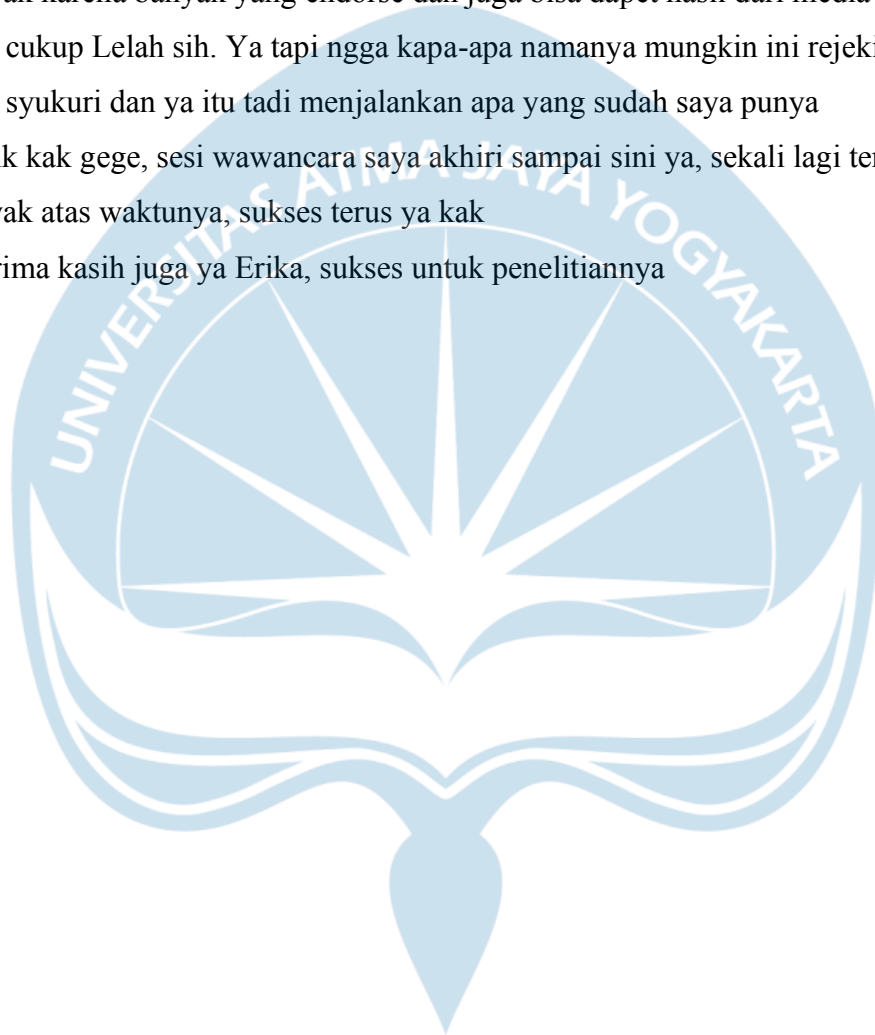
N : Mereka sih dukung saya dan support juga untuk menjalani apa yang sedang saya alami sekarang karena keviralan itu

P : Lalu bagaimana respon pribadi Kak Gege dengan keviralan ini?

N : Saya merasa exhausted, nggak nyaman, kadang takut untuk pergi kemana-mana sendirian karena nggak pingin dikenali banyak orang. Kalau boleh milih saya sih nggak pingin jadi viral dan dikenal banyak orang ini walaupun pendapatan semakin banyak karena banyak yang endorse dan juga bisa dapet hasil dari media sosial, tapi saya cukup Lelah sih. Ya tapi ngga kapa-apa namanya mungkin ini rejeki, jadi harus saya syukuri dan ya itu tadi menjalankan apa yang sudah saya punya

P : Baik kak gege, sesi wawancara saya akhiri sampai sini ya, sekali lagi terima kasih banyak atas waktunya, sukses terus ya kak

N : Terima kasih juga ya Erika, sukses untuk penelitiannya



Narasumber 2: Manajer Abigail Manurung

P : Pewawancara

N : Narasumber

P : Halo mas, perkenalkan saya Erika mahasiswa FISIP UAJY, saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan terkait Kak Abigail Manurung sebagai bahan penelitian tugas akhir saya yang berjudul pembentukan personal branding Abigail manurung di akun TikTiknya.. Sebelumnya boleh perkenalan diri dulu mas?

N : Halo juga Erika, saya Erwin manajer dari Gege.. Silahkan langsung ke pertanyaan aja, boleh

P : Siap.. Nah seperti yang kita tau mas, Kak Gege ini kan viral setelah celetukan “bercyandya” nya di TikTok, sampai menang piala penghargaan “Jargon of the Year” ya.. Nah, menurut mas Erwin sebagai manajernya, apa sih keunikan Gege yang membedakan dirinya dengan figur lain di media sosial yang juga viral?

N : Nah itu saya dan dia juga sama-sama kaget sampe menang awards hahaha.. Tapi gini, sebenarnya dia tuh anaknya bener-bener apa adanya, termasuk dalam membuat konten, makannya itu konten bercyanda kemudian jadi viral sebenarnya nggak disangka-sangka, dan sampai sekarang juga dia tetap jadi Gege yang apa adanya, dalam artian nggak pernah tuh dia bikin gimmick gimmick untuk membuatnya tetap viral atau istilahnya menjaga keviralnya. Jadi konten yang dia upload ya benar-benar konten sesuai moodnya dia. Anaknya kan suka nari, sering upload konten nari nari, konten receh, konten tentang keseharian dia sama keluarganya. Mungkin itu ya yang membedakan dia dengan orang lain yang juga punya privilege viral secara mendadak

P : Oh begitu, nah kalau mas Erwin sendiri sebagai manajer Gege, tugas Mas Erwin apa?

N : Peran saya sebagai manajer Gege sebenarnya hanya mengaturkan jadwal dia dengan pihak-pihak yang ingin bekerja sama dengan Gege, menjadi perantara Gege dengan pihak lain juga untuk kepentingan bisnis misal endorse gitu..

P : Ohh iya saya paham.. berarti konten yang diunggah Gege tidak ada yang direncanakan ya, walaupun sudah viral gitu?

N : betul, sesuai moodnya dia aja pingin bikin konten apa, orang kalo ada yang request konten misal a day in my life gitu, kalau dia ga pingin bikin konten itu ya nggak

- bikin, tapi pasti dia usahakan karena untuk menjaga image dan hati followersnya, nanti muncul persepsi dia tidak komunikatif atau tidak ramah, gitu kan malah bikin sedih ya.. oh tapi kalau konten endorse dia pasti ada plan konsep dan lainnya, kecuali emang brief endorse-nya sudah ada konsep ya Gege tinggal membuat sesuai briefnya
- P : Baik.. Untuk pertanyaan selanjutnya. Kalau menurut mas Erwin, apakah Gege memiliki kredibilitas yang baik dalam media sosial?
- N : Kalau sepandangan saya, iya.. Karena dia yang apa adanya dan terlihat juga melalui media sosial, anaknya easy going, lucu, banyak orang yang kemudian menaruh kepercayaan dan menganggap dia kredibel jika mereview produk endorse, baik itu dari pandangan konsumen maupun pandangan endorser.. menurut saya di situ sih kredibilitasnya dapat dilihat
- P : Baik mas Erwin. Kalau yang paling kelihatan dari akun tiktoknya yang berkaitan dengan kredibilitas Gege apa tuh mas?
- N : Mungkin kalau saya nggak salah jawab ya ini, followers dia bertambah dan endorser dia pasti ada aja sih, nggak berhenti job dan talkshow juga
- P : berarti sampai sekarang, menurut Mas Erwin, Gege tetap menjadi diri sendiri ya di akun media sosialnya?
- N : Betul, dia orangnya apa adanya.. Dia cukup introvert sih jadi kadang kalau lagi capek dia bilang saya kalau butuh break sebentar dari job misal, tapi cukup professional dalam artian job yang sudah diacc pasti akan dikerjakan.. saya cukup hepi untuk bekerja sama dia karena cukup bisa mengatur mood dan pekerjaan dia
- P : Cara Gege menunjukkan bahwa dia tetap jadi dirinya sendiri di media sosial tuh seperti apa mas?
- N : Ya itu tadi, dia selalu upload konten sesuai dengan apa yang dia ingin upload, kadang upload konten nari, kadang challenge-challenge gitu, apa aja lah pokoknya jadi kayak user biasa aja gitu memanfaatkan media sosial untuk hiburannya dia
- P : Kalau menurut mas Erwin kekurangan Gege nih apa mas?
- N : Nggak ada sih, menurut saya ya orang pasti punya kekurangan maupun kelebihan, tapi selama saya mengenal dia, saya nggak ada mengeluhkan hal yang sulit dari dia.. Memang anaknya introvert tapi menurut saya dia cukup professional bisa mengatur emosinya juga.. jadi hal itu bukan menjadi kekurangan kalau di mata saya
- P : Baik. Pertanyaan selanjutnya, menurut mas Erwin bagaimana persepsi masyarakat akan Abigail manurung?

N : Menurut saya, dia dikenal dengan pribadi yang asik sih, walaupun memang nggak semua berpendapat yang sama, tapi mayoritas followers atau audiens-nya di media sosial kebanyakan memberikan tanggapan positif akan akun yang dia unggah

P : Seperti apa mas contohnya tanggapan positif itu?

N : ya misal kalau dia upload konten dengan saudaranya, biasanya pada komen “wah asik ya keluarganya”, atau kalau upload konten nari gitu pasti menuai banyak pujian di kolom komentarnya

P : Oh begitu.. kalau biasanya, Kak Gege ini dalam upload konten mengikuti trend yang ada nggak?

N : Kalau trend sepertinya ga terlalu dia pikirin sih.. mungkin kalau lagi ada request dari endorser untuk menaikkan engagement gitu kita baru mikirin konten kaya apa nih yang lagi disukai audiens, lagu apa yang lagi trend, hashtagnya seperti apa, begitu

P : Jadi sisanya jalan aja ya mas istilahnya

N : Yes benar

P : Apa nilai yang bisa dicontoh dari kak gege?

N : Mmmm nilai ya.. mungkin kepribadiannya yang apa adanya namun dalam konteks yang positif, jadi dia juga jarang dengerin apa kata orang sih

P : Baik mas, selanjutnya kita berbicara tentang personal branding Gege ya mas..

N : Siap

P : Kalau menurut Mas Erwin, bagaimana cara Gege untuk membangun keotentikan dirinya melalui konten di TikTok?

N : Dia sebenarnya nggak punya cara apa-apa untuk membangun keotentikan sesuai dengan personal branding yang mau dia kenal, jadi ya upload konten seperti biasa aja, layaknya pengguna pada umumnya

P : Bagaimana Gege memanfaatkan media sosialnya saat ini setelah viral di kalangan audiens? apakah hanya mengunggah konten atau mengusahakan adanya interaksi dalam media sosial?

N : Tentu ada interaksi ya, menuruti permintaan audiens atau followers dia untuk membuat macam-macam konten juga sering..

P : Adakah proses kreatif dalam pembuatan konten media sosial Abigail? jika iya, bagaimana prosesnya?

N : Nggak ada sih, selama ini ide konten, edit, dan apapun biasanya dia yang garap sendiri dengan tidak ada perencanaan.. mungkin ide konten juga bisa datang dari request netizen atau followersnya

- P : Bagaimana cara Gege memperkuat karakternya di media sosial? karakter seperti apa yang ingin dibangun?
- N : Karakter diri Gege yang asli, yang easy going, yang dekat dengan keluarganya, asyik dengan teman-temannya, yang ceria, begitu.. diwujudkan dengan konten-konten yang dia unggah sih
- P : Inovasi seperti apa saja yang sudah dilakukan oleh Gege terkait perannya dalam konten media sosial? Bagaimana cara menciptakan inovasi tersebut?
- N : Sepengamatan saya tidak terlalu banyak sih inovasi yang gimana-gimana.. Mungkin editan konten yang lebih variatif seperti dikasi judul, lalu editannya tidak seperti ketika TikTok Gege sebelum viral
- P : Bagaimana cara Abigail mengontrol *personal branding* yang telah dibangunnya?
- N : Kalau menurut saya, karena Gege menjadi diri sendiri di media sosialnya, dia nggak perlu effort lebih untuk mengontrol personal brandingnya sih
- P : Bagaimana respons audiens saat ini, apakah berbeda dengan awal keviralan konten” bercyanda” atau sama saja?
- N : Karena konten viral bercyandya-nya sudah tertumpuk konten viral lain mungkin ya, jadi pasti engagement nya menurun.. Tapi untuk respon dari audiens khususnya followers tetap ramai walau tidak seramai dulu waktu viral
- P : Mengapa Abigail Manurung lebih memilih TikTok?
- N : Kalau dari pandangan saya, Gege menggunakan banyak media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan lainnya mungkin yang saya tidak tahu. Di Instagram karena lebih bersifat privat atau banyak kehidupan pribadi yang dia share di sana, jadi dia memilih mem-filter siapa saja yang bisa melihat konten instagramnya, maka dari itu dia mem-private akun instagramnya, hanya untuk orang yang mengenal dia. Untuk TikTok karena karakternya berbeda dari Instagram, jadi nyamannya Gege mungkin menggunakan TikTok selain untuk hiburan, juga untuk mendekati diri pada audiens atau followers yang hanya mengenal dia dari media sosial..
- P : Sepengamatan Mas Erwin, fitur apa saja yang dimanfaatkan Gege di TikTok?
- N : Dia jarang memanfaatkan fitur yang aneh-aneh sih, paling fitur dasar seperti musik, timer, filter mungkin?
- P : Baik Mas Erwin terima kasih banyak atas waktunya ya, sekian untuk wawancara kali ini
- N : Terima kasih kembali Erika

Narasumber 3: *Brand endorser Abigail Manurung*

P : **Pewawancara**

N : **Narasumber**

P : Hallo selamat siang Kak, terima kasih ya Kak sudah meluangkan waktu untuk aku wawancarain hari ini.

N : Iya sama-sama, tapi sesuai dengan percakapan kita kemarin via Whatsapp ya Erika, kalau aku enggak bisa cantumkan aku dari *brand* mana. Mungkin bisa di alias aja hehehe..

P : Iya Kak, oke. Mungkin kenalan dulu yah, Kak.

N : Oh iya halo aku YT, dari salah satu *brand skincare* yang warnanya campur-campur, kadang hitam kadang putih, tapi dominan warna biru hehe.. Aku 28 tahun, dan bekerja sebagai *marketing*.

P : Hehe oke, Kak! Langsung ke pertanyaannya aja ya Kak, ini *gak* banyak kok.. Hanya ada beberapa aja yang emang akan langsung *to the point* terkait *endorsement brand* dengan Abigail.

N : Oke, baik.

P : Pertama, apasaja konten yang diunggah sebagai kerjasama hasil *brand* dengan Abigail Manurung?

N : Kalau dari *brand* tempat aku kerja ini, hasil kerjasamanya video TikTok sih, emang fokusnya ke TikTok. Jadi, Abigail *posting* video sekitar bulan September tahun 2023 lalu.

P : Mengapa *brand* memilih Abigail Manurung untuk melakukan *endorsement*, Kak?

N : Hm, kalau dari segi divisi aku sebagai *marketing*, itu memang ada *campaign* gitu, program *endorse* beberapa selebtok, salah satunya Abigail, kan dan memang waktu itu yang bersangkutan lagi viral dan naik banget. Jadi ya sekalian memanfaatkan situasi itu sih. Begitu Erika..

P : Dari alasan tersebut, ada gak Kak alasan lainnya, misalnya kesamaan dan nilai dari *personality* Abigail Manurung?

N : *Wait..* Mungkin kalau nilai sih, ya memang *brand skincare* tempat aku kerja itu segmentasinya sama kayak *followers* Abigail. Soalnya kan kalau *brand* mau melakukan *endorse* tuh pasti riset dulu, nah memang terkait segmentasi sama.. Jadi kalau berbicara ngomongin kesamaan dan nilai, mungkin aku bisa jawab karena Abigail Manurung kan masih

muda, terus mahasiswa nah salah satu pasar segmentasi *brand* kita adalah *followers* TikTok dari Abigail, yang notabene para remaja dan *young adults*. Selain itu, yang punya permasalahan kulit yang sama dan kita sebenarnya memang minta Abigail untuk *honest review* dan kasih produk yang sesuai sama permasalahan kulitnya dia.. Begitu

P : Lanjut, apa dampak dari Abigail Manurung sebagai *endorser* untuk *brand*?

N : Duh sejauh ini kalau secara *personal sorry* aku kurang paham ya, karena kalau kontak langsung dan tanya *feedbacknya* adalah bukan *jobdesc* aku, karena itu terkait KOL. Tapi aku waktu itu coba *ceki ceki* kontennya ya komennya banyak yah, jadi menurutku membuat Abigail naik juga *engagementnya*, dan menurutku jadi banyak yang *endorse* juga deh setelah dia *upload* konten *brand* kecantikan ini.

P : Oke Kak, ini pertanyaan terakhir ya. Bagaimana tanggapan konsumen dari *brand* terkait *endorsement* tersebut?

N : Nah lagi-lagi ini mungkin aku *gak* bisa jelasin *detail*, karena aku cuma dari segi *marketing*. Tapi *based on report* yang aku dapetin dari KOL Specialist, seingetku waktu itu ya memang naik sih penjualan, komen-komennya juga memuaskan dari konten *endorsement* tersebut. Setidaknya tujuan membangun *awareness* produk yang *diendorse* Abigail jadi naik. Ya walaupun kelemahannya adalah *gak* semua komentar bahas produknya karena waktu itu momennya dia lagi naik-naiknya *bercyanda* itu yah.. Hehehe

P : Okay Kak! Pertanyaannya sudah terjawab semua. *Thank you so much* ya, Kak!

N : Oke sama-sama Erika, aku minta tolong jangan lupa di inisial dan jangan *spill brandnya* ya..

P : Siap, Kak. Aman!

Narasumber 4: Brand 2 endorser Abigail Manurung

P : Pewawancara

N : Narasumber

P : Selamat pagi Kak, terima kasih ya Kak sudah memperbolehkan aku wawancara tentang *endorsement* yang dilakukan oleh *brand* tempat Kakak kerja dengan Abigail.

N : Haha sama-sama, santai aja.

P : Oke Kak, ini biar sama kayak narasumber sebelumnya, aku inisial juga yah Kak.

N : Nah, iya. Aku juga pengen bilang gitu sih, kayaknya emang di inisial lebih baik hehe.

P : Kalau terkait merek *brandnya*, Kak?

N : Mmm, mungkin aku cuma bisa *spill* kalau ini *brand snack* aja kali yak?

P : Oh oke Kak, *gapapa*.. Pertanyaannya sedikit aja kok Kak, *to the point* kok.

N : Baik, silahkan.

P : Apasaja konten yang diunggah sebagai kerjasama hasil *brand* dengan Abigail Manurung?

N : Konten video di TikTok, seingetku cuma 1, inih udah agak lama ya bulan Oktober tahun lalu.. Konten *campaign brand snack* yang dimana kita kirim beberapa produk, kontennya emang dikemas rada bercanda ya, sesuai yang lagi viral waktu itu. Kita juga pake fitur Paid Partnership dengan Abigail dikonten itu.

P : Mengapa *brand* memilih Abigail Manurung untuk *endorsement*, Kak?

N : Tidak patut dipungkiri ya balik lagi karena viral sih. Kita memanfaatkan viralnya Abigail waktu itu. Selain itu, kan *snack* identic dengan cemilan anak *kost*, nah pas banget aja dia mahasiswa yang emang nge*kost* dan *snack* itu bisa menjadi pendamping

disituasi apapun. Abigail pun punya ciri khas ya, jadi *output* kontennya juga sangat menarik.

P : Apa kesamaan dan nilai yang ada dari Abigail dengan *brand*?

N : Kalau secara spesifik gak ada sih, ya cuma tadi kita memanfaatkan aja dan kebetulan situasi dan kondisinya pas.. Pasti *brand* yang lain juga mungkin melakukan yang sama..

P : Apa dampak dari Abigail Manurung sebagai *endorser* untuk *brand*?

N : Dari yang aku lihat, sebenarnya Abigail Manurung *enggak* banyak ya nerima *endorse* di TikTok, tapi dengan dia *upload* konten *endorse* pasti akan ada aja *brand* yang pakai dia lagi untuk *endorse*. Aku liat beberapa ada kok, malah *brand* besar kayak KFC dan Samsung di akunnya dia.

P : Terakhir, bagaimana tanggapan konsumen dari *brand* terkait *endorsement* tersebut?

N : Duh, secara langsung kurang tau ya, Erika. Cuma, bisa kamu lihat sendiri aja dikomen kontennya yah..

P : Baik, Kak. Terima kasih banyak!

N : Yoo sama-sama, sukses skripsinya.

