



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan kedua informan beserta dengan analisis yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pengalaman kedua informan dalam memaknai profesi mereka sebagai kreator konten berbasis YouTube bervariasi mulai dari memiliki beberapa persamaan seperti bagaimana mereka sama-sama berani untuk mengorbankan pekerjaan atau bangku kuliah demi menekuni profesi ini meskipun diragukan oleh banyak pihak sampai kepada bagaimana bedanya mereka dalam menentukan konten yang diunggah ke dalam saluran masing-masing.

Pemaknaan kedua kreator terhadap komentar baik maupun komentar buruk yang mereka dapatkan dari para penonton dinilai sama. Contohnya, mereka merasa terganggu dengan komentar jahat saat pertama kali mendapatkannya. Namun, seiring mereka menjalani profesi sebagai kreator konten dan terbiasa dengan komentar-komentar tersebut mereka mudah untuk mengabaikan dan tidak menganggap serius komentar-komentar tersebut. Sebaliknya, mereka meresponi dengan semangat dan memperhatikan komentar baik dari penonton yang diterima.

Kedua kreator konten ini memiliki perbedaan dari bagaimana mereka menentukan isi konten. Usama dengan jelas menyatakan bahwa dirinya adalah seseorang yang *trend-oriented*. Dirinya akan terus mengemas tren yang lagi *booming* untuk dimasukkan ke dalam konten video yang ia buat. Usama selalu memperhatikan media sosial dan portal berita untuk terus mengetahui perbincangan yang sedang hangat diantara warga net. Hal ini ia lakukan agar ia mendapatkan inspirasi untuk video yang akan ia buat selanjutnya. Berbeda dengan Chandra, ia memberikan perbandingan yang jelas yaitu 75% adalah konten yang bebas dari tuntutan tren atau konten yang memang timbul dari ide pribadi dan 25% ia berikan kepada *demand* penonton. Adapun yang membedakan kedua kreator konten ini adalah Chandra berasal dari latar belakang pendidikan yang mempelajari sinematografi. Sedangkan, Usama tidak memiliki latar belakang pendidikan formal yang sejalan dengan profesi dia saat ini.

Sebagai kreator konten, Usama dan Chandra berinteraksi dengan penontonnya secara daring. Bagaimana respon dari penonton yang terlihat melalui kolom komentar rupanya memengaruhi performa mereka di YouTube. Seperti pada saat mereka mendapatkan komentar dan masukan positif, mereka memaknainya sebagai hal yang menyenangkan dan menjadi sumber semangat mereka untuk terus berkarya dan memperbaiki konten menjadi lebih baik lagi. Interaksi dengan penonton mereka menjadi salah satu aktivitas yang esensial dalam karir mereka sebagai kreator konten. Selain mendapatkan semangat dari penonton mereka juga dapat belajar dari kritik dan saran yang dilontarkan yang dapat membantu mereka untuk semakin meningkatkan kualitas video mereka. Chandra awalnya merasa heran dengan komentar yang secara

rinci membedah kesalahan-kesalahan dalam videonya. Namun, ia menemukan bahwa komentar-komentar seperti itu membantu dirinya untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama dalam video selanjutnya.

Cara mereka menangani kerjasama dengan merek dagang untuk konten video rupanya sama. Mereka tidak ingin mempromosikan produk secara terang-terangan seperti yang dilakukan iklan di TV. Menurut mereka beriklan di YouTube memerlukan pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan pesan bersponsor agar tetap *relateable* dengan penonton setia yang mereka miliki. Usama dan Chandra akan meminta kepada merek dagang yang hendak berkolaborasi untuk tidak mencampuri proses kreatif mereka dalam mengemas video. Mereka ingin menyampaikan pesan bersponsor secara natural. Kedua kreator konten ini menentang cara beriklan secara langsung seperti yang dilakukan oleh iklan di televisi.

## 5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai pemaknaan akan profesi kreator konten berbasis YouTube oleh kedua informan ini terdapat beberapa saran yang ditunjukkan sebagai salah satu upaya untuk pengembangan penelitian mengenai profesi dalam media baru.

### **5.2.1. Saran Akademis**

Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan fenomenologi milik Husserl yang berfokus dengan pemaknaan dari pelaksanaan proses kreatif kreator konten dalam konten video yang bekerjasama dengan merek dagang. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi secara langsung agar hasil penelitian dapat lebih akurat dan mendalam. Penelitian mengenai pemaknaan reaksi beberapa penonton setia terhadap kreator konten YouTube favorit dengan metode fenomenologi Husserl masih relevan dilakukan.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat menginformasikan lebih dalam perihal bagaimana YouTube bekerja dan bagaimana seseorang dapat berkarya di sebuah wadah kreatif digital yang penuh dengan kesempatan besar.

Dan bagi calon peneliti yang ingin menelusuri profesi YouTube lebih lagi atau bidang kerja lainnya yang unik dengan menggunakan metode fenomenologi, berdasarkan pengalaman, penulis kesulitan untuk datang dengan pertanyaan yang bebas dari dugaan kepada informan. Jika tidak hati-hati, pemahaman penulis terhadap profesi kreator konten yang didapat sebelumnya akan menghambat pengembangan pertanyaan kepada informan. Hal ini berdampak pada penulis yang harus melakukan wawancara lagi kepada informan yang sama untuk memperdalam pemaknaan terhadap profesi kreator konten.