



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

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Kehidupan sosial manusia dalam berinteraksi di mana saja, kapan saja, selalu menampilkan dirinya sebagai pemain teater yang setiap saat penampilannya dapat berubah-ubah bergantung pada konteksnya. Hal itu terjadi pada kehidupan kita, siapapun kita, dan dalam kondisi apapun, Dramaturgi menekankan dimensi ekspresif/ impresif aktivitas manusia, yakni melalui komunikasi. Dalam penelitian ini penekanan dimensi komunikasi interpersonal baik secara *verbal* maupun *non-verbal* digunakan sebagai fokus mengamati proses pembentukan *personal branding* yang dilakukan Yasa Singgih ketika memainkan perannya sebagai *entrepreneur*.

Berdasarkan Penelitian ini, sebagian besar *Personal Branding* Yasa merupakan *personal brand accidental* atau *personal brand* yang terbentuk secara tidak sengaja atau *natural*. *Personal Brand* Yasa kebanyakan terbentuk dari peretasan panggung belakang yang tetap di bawa di panggung depan sehingga memperlihatkan keotentikan yang dimiliki oleh Yasa.

Meskipun *Personal Pranding* Yasa adalah *accidental*, namun *Personal Branding* Yasa dapat memenuhi sebelas kriteria *Authentic Personal Branding* dari Hubert Rampersad. Sebelas kriteria tersebut adalah keotentikan, integritas, konsistensi, spesialisasi, otoritas, keberbedaan, relevan, visibiitas, presistensi, *goodwill*, dan kinerja.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan selama kurang lebih tiga puluh hari, peneliti melihat bahwa kategori otentik adalah bagian yang paling menonjol di diri Yasa Singgih. Dalam menjalankan komunikasi dalam perannya, Yasa secara garis besar memperhatikan visi dan misi selain itu hal yang dilakukan Yasa ketika berhadapan dengan publik, yaitu dengan tampil apa adanya namun tetap menjaga kendali agar dapat mengekspresikan peran yang dimainkan sesuai dengan situasi yang diperlukan sehingga citra yang tampil di publik sesuai dengan harapan Yasa. Terlihat ketika Yasa sedang berada di panggung depan, ia lebih tampil sebagai sosok yang lebih menjaga ekspresi diri. Hal ini sebagaimana telah dirumuskan Goffman dengan pendekatan dramaturginya. Perilaku Yasa yang tampak memainkan peran dramaturginya adalah ketika berada di panggung depan dan belakang. Seperti Yasa yang terlihat sangat otoritas dan lebih menjaga sikap ketika sedang berada di panggung depan. Dalam kegiatan observasi partisipan yang peneliti lakukan, peneliti melihat Yasa lebih membatasi diri di bandingkan ketika dirinya berada di panggung belakang.

Peneliti meyakini bahwa Yasa juga melakukan berbagai manuver dalam proses *presentation* dengan publik yang bermanfaat menimbulkan perasaan saling menguntungkan (*win-win solutions*) sekaligus membangun reputasi diri dimata publiknya. Dalam panggung depannya, Yasa memperkenalkan unsur spontanitas yang kemudian menciptakan panggung yang seolah tidak rekayasa dan memunculkan perwujudan dirinya seasli mungkin. Seperti cara berbicara dan berpakaian Yasa yang memang pada dasarnya sama ketika berada di atas panggung dan di bawah panggung memperlihatkan kepada publiknya bahwa Yasa

adalah sosok anak yang tampil apa adanya baik di atas maupun di bawah panggung. Walaupun Yasa pada saat ini sedang didekatkan *deadline* untuk mengumpulkan tugas akhirnya, namun ketika ia berada di panggung depan Yasa seolah meninggalkan rasa takut, stress dan depresi yang tertanam di panggung belakang.

Yang terakhir, karena Yasa selalu menyajikan perilaku yang konsisten di panggung depan, audiens mampu membangun citra diri mengenai Yasa secara utuh yaitu sosok Yasa yang otentik, jujur, dan tidak menyembunyikan sesuatu. Peneliti meyakini bahwa Yasa secara konsisten berhati-hati menjaga *setting* dan *personal brandnya* sehingga ia dapat terlihat sebagai *entrepreneur* dengan karakteristik yang baik. Dengan kata lain konsep dramaturgi ini sangatlah cocok untuk meneliti suatu motif daripada seseorang, seperti pada penelitian ini, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa panggung depan Yasa sebagai *entrepreneur* digunakan untuk mengedukasikan ilmu yang ia miliki kepada publiknya yang tidak banyak dimiliki oleh para orang sukses dengan harapan akan adanya *value* yang dapat ia hasilkan di beberapa tahun kedepan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran berupa saran akademis dan praktis sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Secara Akademis, berikut beberapa saran berdasarkan hasil penelitian:

1. Peneliti berharap akan lebih banyaknya penelitian kreatif yang berhubungan dengan kegiatan etnografi komunikasi untuk memperoleh keterbaharuan penelitian seperti dengan meneliti dua profesi *extream* sehingga proses pembentukan *Personal Branding* yang dilakukan akan sangat terlihat jelas.
2. Peneliti berharap penelitian sejenis etnografi ini dapat dilakukan lebih dari satu bulan sehingga prosesnya terlihat lebih jelas.

5.2.2 Saran Praktis

Sementara di sisi praktisnya, berikut beberapa saran berdasarkan hasil penelitian:

1. Sebagai seorang *Entrepreneur*, Yasa disarankan untuk lebih banyak mengunggah foto-foto kegiatan seminar atau video seminar yang ia bawakan. Hal ini perlu dilakukan agar image yang terbentuk sesuai dengan tujuan awal melakukan *personal branding* yakni ingin dipersepsi sebagai seorang *entrepreneur*.
2. Yasa disarankan agar terus meningkatkan kemampuan *entrepreneurnya* guna memperkuat kriteria *personal branding* relevan.