

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini ingin mengetahui dan menganalisis strategi yang diterapkan keempat jurnalis televisi dalam memanfaatkan Instagram untuk menerapkan *personal branding*. Lainnya, ingin melihat motif yang melatarbelakangi mereka dalam menerapkan *personal branding*. Dari keseluruhan hasil penelitian, ditunjukkan bahwa keempat jurnalis memahami pentingnya penerapan *personal branding* untuk menunjang kepentingan industri, profesi, serta diri sendiri dengan memanfaatkan media sosial, secara khusus Instagram. Sehingga kini, jurnalis telah memiliki kesadaran bahwa bukan hanya kantor media, namun jurnalis juga dituntut untuk dapat membangun identitas digital di media sosial karena adanya perubahan terhadap penggunaan media dan pola komunikasi oleh publik. Secara garis besar, mereka memiliki gambaran serupa mengenai fungsi Instagram. Selain sebagai wadah untuk mempromosikan produk jurnalistik yang dihasilkan yaitu berupa tayangan pemberitaan, keempat jurnalis mengakui bahwa Instagram juga digunakan untuk menampilkan segala aktivitas yang membuat dirinya terlihat sebagai pribadi yang bernilai. Bahkan, satu dari keempat informan memilih untuk lebih berfokus mempromosikan dirinya sebagai seorang pribadi, dibandingkan dengan mempertebal identitasnya sebagai seorang jurnalis televisi di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalis televisi telah memiliki kesadaran untuk menumbuhkan identitas digital mereka sebagai seorang individu yang bernilai, terlepas dari media tempat dirinya bekerja.

Bukan tanpa alasan, keempat informan menyatakan pandangan mereka terhadap perkembangan fungsi Instagram yang kini dapat mengantarkan mereka pada perluasan kesempatan karir. Oleh karena itu, keempat jurnalis yang diwawancarai mulai menerapkan beberapa aspek penting dalam penerapan *personal branding* di media sosial Instagram. Seperti menata sedemikian rupa profil untuk menampilkan posisi pekerjaan serta citra diri yang ingin ditampilkan, aktif

mengunggah di platform media sosial utama (Instagram), dan memberikan respon serta interaksi untuk meningkatkan minat serta atensi pengikut terhadap segala unggahannya.

Terlepas dari hal tersebut, sebagian besar jurnalis yang diwawancarai menunjukkan loyalitas terhadap kantor media dengan tetap mempromosikan produk jurnalistik melalui unggahannya. Selain itu, jurnalis juga memanfaatkan popularitasnya untuk menjangkau lebih banyak target audiens agar menghasilkan dampak bukan hanya untuk dirinya sebagai pribadi, namun juga media tempatnya bekerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konteks profesional lebih ditonjolkan oleh jurnalis televisi dalam penelitian ini yang dicerminkan lewat dominasi unggahan mengenai aktivitas jurnalistik serta media berita tempatnya bekerja. Meskipun, konteks pribadi juga turut disertakan dalam beberapa unggahan di akun Instagramnya. Lebih lanjut, keempat jurnalis diketahui menerapkan beberapa aspek dalam meminjam karakteristik selebriti untuk meningkatkan popularitasnya. Sebagian besar jurnalis yang diwawancarai memanfaatkan popularitasnya untuk meningkatkan atensi serta ketertarikan pengikut terhadap produk jurnalistik berupa tayangan pemberitaan. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa saat ini jurnalis telah meminjam karakteristik selebriti di media sosial untuk memperluas jangkauan unggahan dan mendorong terbentuknya interaksi dengan pengikut yang memiliki ketertarikan terhadap jurnalis.

Meskipun saat ini jurnalis televisi telah meminjam karakteristik selebriti dan menggunakan platform yang sama dengan para selebriti di media sosial, namun terdapat kesadaran bahwa profesi sebagai seorang jurnalis telah melekat pada dirinya sebagai seorang pribadi. Sehingga para jurnalis memperlihatkan bahwa seluruh aktivitasnya di media sosial sejalan dan tetap menerapkan konsep jurnalisme digital, yaitu menyertakan isu terkini dan membangun interaksi dengan pengikut. Selain itu, informans juga memperlihatkan sikap disiplin dalam menerapkan kewajibannya sesuai dengan elemen-elemen jurnalisme yang dijelaskan sebelumnya. Seperti menaruh loyalitas kepada publik dengan memprioritaskan kepentingan publik, disiplin menerapkan verifikasi, menampilkan

sikap netral, dan menjadikan media sosial sebagai forum untuk menampung kritik serta komentar publik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Sebuah penelitian tentunya tidak luput dari kekurangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan jurnalis televisi yang memanfaatkan Instagram untuk mencapai kepentingannya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggali data dari jurnalis di media berbeda yang memanfaatkan media sosial untuk membangun *personal branding*. Artinya, tidak hanya jurnalis dari media televisi saja, juga jurnalis media daring atau radio yang turut memanfaatkan media sosial.

Penggalan data dari jurnalis yang menggunakan platform media sosial lain juga perlu dilakukan, sebab setiap media sosial memiliki karakteristik dan pola penggunaan yang berbeda. Selain itu, dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada kecenderungan bahwa jurnalis mulai memanfaatkan lebih dari satu platform media sosial lain selain Instagram. Misalnya, TikTok.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap perusahaan media mulai mendukung dan memfasilitasi para jurnalis dalam bersosial media untuk membangun identitas digitalnya. Sebab, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya tersebut dapat menjangkau target audiens dari perusahaan media lewat ketertarikan publik terhadap unggahan jurnalis di media sosial. Dengan begitu, perusahaan media juga dapat mencapai kepentingannya dalam mempromosikan produk jurnalistik yang dihasilkan dan kemudian menghasilkan kesuksesan secara ekonomi.