

BAB V

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, data yang diperoleh penulis baik data primer maupun data sekunder yakni dalam bentuk hasil wawancara, observasi dan studi dokumen kemudian peneliti akan menganalisis menggunakan analisis kualitatif, yaitu dengan cara menguraikan data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kalimat – kalimat yang disusun secara sistematis sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas mengenai *personal branding entrepreneur* Andi Zulkifli melalui media sosial Instagram. Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian yang dibagi atas dua bagian, yaitu : analisis hasil penelitian dan interpretasi data hasil penelitian.

5.1 Analisis Data Hasil Penelitian

Pada bagian analisis data ini penulis membahas tentang hal mendasar pembentukan *personal branding*. Hal – hal mendasar pembentukan dapat disampaikan melalui medium yang bermacam – macam. Salah satu medium yang digunakan ialah media sosial instagram. Penelitian kali ini peneliti memilih *personal branding* melalui media sosial instagram dikarenakan *entrepreneur* Andi Zulkifli aktif membagikan aktivitas – aktivitasnya melalui media ini.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis kepada Andi Zulkifli dan empat orang *followers* mengenai hal mendasar pembentukan *personal branding*, penulis menemukan beberapa fakta yang berkaitan dengan indikator yang penulis gunakan sebagai berikut :

1. *Feed Instagram* yang Khas

Feed instagram diartikan sebagai tampilan halaman pertama yang muncul ketika pengguna mengunjungi profil seseorang di aplikasi instagram. Tampilan ini terdiri dari kumpulan foto maupun video yang diunggah oleh pengguna tersebut. Tampilan *feed* yang rapi dan menarik dapat mempengaruhi minat pengguna lainnya untuk mengunjungi profil pengguna.

Andi Zulkifli menerapkan pola unggahan yang khas dalam *feed* instagram miliknya. Dimana unggahan – unggahan ini berkaitan dengan aktivitas – aktivitas yang ia lakukan. Andi Zulkifli dalam wawancara menerangkan bahwa ia mengunggah aktivitas – aktivitas seperti *traveling* atau jalan – jalan mengunjungi tempat wisata yang

ada didalam maupun luar negeri, membawakan materi tentang literasi digital, *manager event* atau sebagai *event organizer* dan *founder* atau kepala perusahaan BNS. Hal ini juga sejalan dengan studi dokumentasi yang telah peneliti dapat sebelumnya yakni profil instagram Andi Zulkifli.

Salah satu kekhasan yang Andi Zulkifli terapkan saat peneliti melakukan observasi di Studio BNS adalah keahlian berbicara di depan umum / *public speaking*. Walaupun keadaan di studio berbeda dengan seminar, namun keahlian *public speaking* ini tetap ia tunjukkan di depan para karyawannya.

2. Konten yang ditampilkan Relevan dengan Kehidupan Nyata

Konten atau unggahan foto / video yang ditampilkan oleh Andi Zulkifli dalam media sosial instagram relevan dengan kehidupan nyata. Seperti yang telah penulis jelaskan pada poin 1 diatas, bahwa postingan yang Andi Zulkifli unggah dalam media sosial instagram berkaitan dengan aktivitas – aktivitas yang ia lakukan. Konten yang ditampilkan juga sesuai dengan karakter Andi Zulkifli yakni pekerja keras dan membawa dampak positif bagi orang lain.

Dalam wawancara dengan Andi Zulkifli, ia menyebut bahwa postingan yang sering ia unggah adalah *traveling* atau perjalanan mengunjungi berbagai tempat wisata yang ada didalam dan luar negeri. Sebelum akhirnya ia bisa melakukan *traveling*, dibutuhkan kerja keras agar bisa meraih impian tersebut. Sosok pekerja dalam diri Andi Zulkifli nampak saat peneliti melakukan observasi di Studio BNS. Andi bekerja hingga waktu subuh dimana waktu tersebut seharusnya ia gunakan untuk beristirahat. Selain itu sosok pekerja keras terlihat dalam postingannya yang lain, saat peneliti melakukan studi dokumen pada akun media sosial instagram @andizulkifli__ peneliti mendapati postingannya saat mengisi seminar dengan menjadi pembicara serta dilain kegiatan menjadi *manager event* atau *event organizer*.

Andi Zulkifli juga memiliki karakter yang dapat membawa dampak positif bagi orang lain. Karakter ini peneliti temukan saat melakukan studi dokumen dalam akun Instagram @andizulkifli__. Andi Zulkifli memberikan kata – kata atau kalimat – kalimat motivasi yang dituliskan dalam kolom *caption* pada setiap postingan yang diunggahnya. Dampak positif bukan hanya diberikan pada setiap unggahan, saat peneliti melakukan observasi penulis juga mendapati bahwa Andi Zulkifli memperhatikan setiap karyawannya tanpa ada yang dibeda –bedakan. Seperti

contohnya ketika makan bersama di studio, semua karyawannya diajak untuk makan bersama dengan dirinya.

3. Konsisten Mengunggah Postingan dengan Konten yang Sama

Andi Zulkifli konsisten mengunggah postingan yang sama sejak awal menggunakan instagram pada 13 Desember 2020 hingga saat ini. Postingan – postingan yang ia unggah terkait aktivitas yang ia lakukan dengan para rekan kerja dan karyawannya. Hal ini peneliti dapatkan saat melakukan studi dokumen dalam akun @andizulkifli__.

Pribadi yang konsisten ditunjukkan oleh Andi Zulkifli saat peneliti melakukan observasi. Salah satu contohnya adalah ketika ia memutuskan untuk bisa beristirahat ketika pekerjaannya telah selesai, dimana pekerjaannya selesai pada pukul tiga pagi. Hal ini berarti setiap harinya Andi Zulkifli harus beristirahat pada pukul tiga pagi.

5.2 Interpretasi Data Penelitian

Pada bagian ini penulis menjelaskan hasil data penelitian kemudian akan menganalisis dan mengkajinya dengan hubungan antar konsep yang ada, dengan data hasil penelitian dan teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Data yang akan ditafsirkan dilengkapi dengan kajian masalah bagaimana *personal branding* melalui media sosial instagram.

Dalam menginterpretasikan data yang telah penulis dapatkan di lapangan mengenai *personal branding* melalui media sosial instagram penulis membedahnya dengan menggunakan teori Pembentukan *Personal Branding* dari Montoya yang menjelaskan bahwa tujuan *personal branding* adalah sebagai media untuk mempengaruhi orang lain mengenai persepsi diri individu, dan juga mengenalkan keunikan serta kemampuan individu tersebut yang jauh lebih unggul dibandingkan lainnya. Terdapat delapan indikator *personal branding* menurut Montoya yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Nampun dari kedelapan indikator tersebut, penulis hanya mengambil lima indikator yakni spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan dan keteguhan. Berikut penjabarannya :

1. Ahi *Public Speaking* (Spesialisasi)

Personal branding yang hebat memiliki ciri khas yakni spesialisasi dimana hanya terfokus pada kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Menurut Elda Franzia

(2018) ada beberapa cara untuk melakukan spesialisasi yakni : *ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession* dan *service*. *Ability* atau kemampuan diartikan sebagai sebuah visi yang strategic dan prinsip – prinsip awal yang baik. Selain itu menurut Widyastuti dkk dalam jurnalnya (2019), kemampuan diartikan sebagai kelebihan yang lebih baik dari kompetitor. Kelebihan ini didapat dari penghargaan, testimoni maupun dokumentasi dari sebuah *brand* untuk dijadikan acuan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, para informan menjabarkan spesialisasi yang ditunjukkan oleh Andi Zulkifli dalam media sosial instagram miliknya. Informan pertama yakni Andi Zulkifli sendiri, ia menjelaskan bahwa memiliki spesialisasi dibidang *public speaking*, spesifiknya di media digital. Saat melakukan observasi peneliti menemukan bahwa memang Andi Zulkifli ahli *public speaking*.

Informan Jepy Noat selama mengikuti Andi Zulkifli dalam akun instagramnya menjelaskan bahwa Andi Zulkifli hadir sebagai sosok *founder* yang dipadu dengan keahliannya sebagai *public speaker* /pembicara.. Informan lain Andre Tasau, Niel Taxeira dan Very Subay memberikan jawaban serupa yakni Andi Zulkifli memiliki keahlian sebagai seorang pembicara yang materinya terfokus pada literasi media digital.

Jawaban yang sama ataupun serupa merupakan bukti dari suksesnya penerapan faktor dalam komunikasi massa, dimana faktor yang dimaksud tersebut adalah kelompok – kelompok sosial dimana individu menjadi anggota yang mempunyai reaksi yang cenderung sama. Selain itu, para informan bisa memberikan jawaban atau pemahaman yang sama dikarenakan efek komunikasi massa.

2. *Founder* Industri Kreatif Baomong Non Stop (Kepemimpinan)

Pemimpin dalam perusahaan harus memiliki *personal branding* agar dapat membuat para karyawan/tim/anggotanya mempercayai dan mendukung apapun yang dikatakan pemimpin. Wardah (2021) berpendapat bahwa kepemimpinan dalam arti lain disebut sebagai otoritas dimana seseorang dapat dinilai dan dipandang orang lain sebagai pemimpin yang aktif. Menurut Widyastuti dkk (2019) terdapat beberapa cara untuk memperoleh jiwa kepemimpinan yakni *excellence* atau ahli dalam bidang tertentu, *position* atau posisi dan wewenang atas hal tertentu, *recognition* atau penghargaan dan pujian.

Andi Zulkifli ahli dalam bidang *public speaking* seperti yang telah dijelaskan pada poin 1 diatas. Keahliannya ini didapat setelah sebelumnya ia mengikuti organisasi

profesi pembicara profesional dan pembicara publik di Indonesia atau yang dikenal dengan *Indonesian Professional Speakers Association (IPSA)*.

Selain itu sebagai pendiri industri kreatif, Andi Zulkifli ahli dalam bidang seni visual. Artinya adalah ia dituntut untuk bisa berpikir kreatif dan *up to date* dalam menyajikan karya – karya. Andi Zulkifli merupakan seseorang yang memiliki posisi tertinggi dalam struktur organisasi Baomong Nonstop, oleh sebab itu ia memiliki banyak karyawan yang turut membantu menjalankan industri kreatif tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan didapati bahwa Andi Zulkifli merupakan pemimpin yang dekat dengan para karyawannya. Hal ini terbukti dan diperkuat dari hasil dokumentasi dalam postingan – postingan yang diunggah oleh Andi Zulkifli pada akun Instagram miliknya @andizulkifli__. Postingan 31 Oktober 2022 terlihat Andi Zulkifli berfoto bersama para kru BNS Fest 1 se usai pagelaran festival. Selain postingan pada 31 Oktober 2022, Andi Zulkifli kembali mengunggah foto pada 26 November 2023, dimana unggahan ini disaat ia bersama karyawan internal BNS foto mengenakan pakaian formal. Postingan pada 12 Agustus 2023 juga merupakan foto Andi Zulkifli bersama kru lomba mewarnai yang digelar di Aula Universitas Citra Bangsa (UCB) Kupang.

Kedekatan Andi Zulkifli dengan para karyawan BNS terlihat bukan semata dari postingan – postingan yang ia unggah dalam media sosial Instagram miliknya, namun secara nyata ia implementasikan seperti yang peneliti lihat saat melakukan observasi di Studio BNS. Andi Zulkifli berhasil untuk menghilangkan jarak antara dirinya yang berposisi sebagai pemimpin dengan para karyawannya. Peneliti melihat ketika para karyawan mengalami kesulitan dan membutuhkan solusi atau jalan keluar maka Andi Zulkifli dengan sigap membantu mereka.

3. Pribadi Pekerja Keras (Kepribadian)

Konsep kepribadian berbanding terbalik dengan konsep kepemimpinan, dimana pada konsep kepemimpinan seseorang dituntut untuk tampil sempurna sedangkan pada kepribadian seseorang dituntut untuk tampil apa adanya. Kusuma (2021) menyebut bahwa *brand* dibuat menurut karakter seseorang dari berbagai aspek baik kelebihan maupun kekurangan.

Konsep kepribadian yang ditampilkan Andi Zulkifli dalam akun Instagram miliknya adalah seorang pekerja keras, *fashionable* serta seorang yang selalu memberikan motivasi – motivasi kepada para *follower*. Berdasarkan hasil wawancara

bersama para informan, didapati bahwa Andi Zulkifli adalah sosok yang tampil apa adanya. Terbukti dari postingan – postingan yang ia unggah dalam Instagram miliknya. Andi Zulkifli tampil sebagai pribadi yang giat bekerja, suka menarik perhatian orang lain dengan mengenakan pakaian yang unik serta memberikan motivasi – motivasi melalui *caption* foto. Hal demikian juga sejalan dengan hasil dokumentasi di dalam akun media sosial Instagram @andizulkifli__.

Kepribadian apa adanya yang ditunjukkan oleh Andi Zulkifli dalam media sosial Instagram merupakan hal yang sama seperti yang ia tampilkan dalam kehidupan nyata. Saat melakukan observasi tanggal 12 September 2023 dan 13 September 2023, peneliti melihat Andi Zulkifli bekerja hingga waktu subuh, pekerjaannya ini ia lakukan berulang setiap harinya. Saat bekerja, walau kegiatannya hampir sepenuhnya dilakukan di Studio BNS yang juga merupakan tempat tinggalnya ia tetap menggunakan pakaian yang dapat menarik perhatian orang lain. Selain itu, sebagai sosok yang gemar menambahkan kata – kata motivasi di setiap postingan Instagram, Andi Zulkifli di kesehariannya juga memberikan kata – kata motivasi atau penguatan baik itu kepada karyawannya atau kepada rekan – rekannya saat bercerita.

Postingan – postingan *traveling* adalah bukti kerja keras Andi Zulkifli, dimana ia berhasil mengunjungi tempat – tempat wisata yang ada di dalam maupun di luar negeri. Keberhasilannya ini ia tunjukkan dengan mengunggah foto ketika ia berada di beberapa tempat wisata yang ada di luar negeri seperti Turki, Italia, Jepang dan India. Serta beberapa tempat wisata lokal dalam negeri seperti di Labuan Bajo, Timor Tengah Selatan, Bali, Lumajang dan Banyuwangi. Pada posting – postingan tersebut juga terlihat Andi Zulkifli menggunakan pakaian yang unik yang dapat menarik orang untuk melihat kearahnya.

4. Postingan Aktivitas dan Pekerjaan (Perbedaan)

Postingan yang berisi aktivitas dan pekerjaan yang dilakukan merupakan sebuah perbedaan. Perbedaan diartikan sebagai bentuk menampilkan *personal branding* dengan cara yang tidak dipakai oleh orang lain. Cara ini berguna karena memudahkan khalayak untuk lebih mengenalnya. Sukarni (2022) menyebut *personal branding* harus bisa diekspresikan dengan cara yang unik dari orang lain.

Andi Zulkifli menampilkan sesuatu yang berbeda dari *entrepreneur* lainnya yakni kegiatan *traveling* dipadu dengan keahliannya sebagai seorang *public speaker*.

Kegiatan ini rutin dibagikan dalam postingan *feed* instagramnya. Berdasarkan hasil wawancara bersama para informan yakni Andi Zulkifli sendiri, Ari Tasau, Andre Tasau, Niel Taxeira dan Veri Subay serta di dukung oleh hasil dokumentasi dalam akun media sosial Instagram @andizulkifli__, didapati bahwa *feed* Instagram Andi Zulkifli terlihat unik. Andi Zulkifli memadukan kegiatannya *traveling* dengan pekerjaannya sebagai *public speaker, manager event, entrepreneur* dan lain sebagainya.

5. Komitmen Membangun *Brand* (Keteguhan)

Komitmen membangun brand merupakan cara agar orang lain mengingat citra yang telah dibangun. *Personal branding* yang dibangun oleh setiap orang membutuhkan waktu untuk terus bertumbuh, dan selama proses tersebut dibutuhkan tekad dan komitmen agar dapat bertahan. Dibutuhkan keteguhan pada *personal branding* yang telah dibentuk tanpa keinginan untuk mengubahnya. Keteguhan membuktikan bahwa seseorang tersebut memiliki komitmen. Lois dkk (2021) menyebut kata kunci dari keteguhan adalah membangun kepercayaan secara konsisten dan terus menerus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan yakni Andi Zulkifli sendiri, Jepy Noat, Andre Tasau, Niel Taxeira dan Veri Subay dan didukung bukti dokumentasi dari Instagram @andizulkifli__, didapati bahwa terdapat keteguhan dalam membangun *personal branding*. Andi Zulkifli sejak awal menggunakan instagram hingga saat ini terus mengunggah foto maupun video yang berkaitan dengan *traveling* dan pekerjaannya sebagai *public speaker, manager event* dan lain sebagainya.

Andi Zulkifli membuat akun Instagram @andizulkifli__ pada tanggal 13 Desember 2020 ditandai dengan mengunggah postingan pertamanya pada waktu yang sama. Postingan pertama yang diunggah dalam *feed* Instagram berupa foto *traveling* di Pantai Bawana Batu Cincin, Sumba Barat Daya. Postingan tersebut dilengkapi dengan *caption* dan tagar tertentu serta mendapat 346 *like* dan 3 komentar. Postingan *traveling* ia unggah secara berkala terhitung dari tanggal 13 – 19 Desember 2020, namun dengan lokasi yang berbeda – beda tiap postingan tersebut.

Awal tahun 2021 tepatnya 1 Januari 2021, Andi Zulkifli kembali mengunggah postingan *traveling*nya di Roma Italia. Postingan dengan konsep *traveling* ini rutin ia posting sejak 1 Januari – 4 Januari 2021. Namun terhenti dari tanggal 5 – 11 Januari karena ia sedang memiliki kesibukkan lain. Terhitung sejak awal akun @andizulkifli__

dibuat hingga bulan Juli 2022 Andi Zulkifli rutin mengunggah postingan *traveling* ke beberapa tempat wisata didalam maupun di luar negeri.

12 Juli 2022 Andi Zulkifli mengunggah postingan foto pada *feed* Instagram miliknya dengan konsep baru yakni menampilkan keahliannya sebagai pembicara atau *public speaker* Dalam acara *BNS Goes To School*. Postingan dengan konsep ini ia unggah dari tanggal 12, 13, 23, 26 & 28 Juli 2022. Selain postingan dengan konsep *traveling* dan keahliannya sebagai *public speaker*, Andi Zulkifli juga mengunggah postingan *endorsement* dan *manager event*, namun postingan *endorsement* dan *manager event* tidak sebanyak kedua postingan dengan konsep diatas.

Postingan dengan konsep *traveling* dan menampilkan keahliannya sebagai *public speaker* merupakan konsep postingan yang terus digunakan oleh Andi Zulkifli dalam media sosial Instagram miliknya.