

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital yang semakin berkembang pesat, *personal branding* telah menjadi aspek krusial dalam membangun identitas profesional dan meningkatkan peluang karier. Fenomena ini semakin mengemuka dengan pesatnya perkembangan media sosial dan platform konten digital. Salah satu contoh yang menarik untuk dikaji adalah *personal branding* Timothy Ronald melalui konten series "Borong Bitcoin" khususnya pada episode 1. *Personal branding*, menurut Khedher (2014), adalah proses di mana individu berusaha untuk membedakan diri mereka dengan mengidentifikasi dan mengomunikasikan keunikan mereka kepada audiens target. Dalam konteks media sosial, Karaduman (2013) menegaskan bahwa platform digital telah memberikan peluang besar bagi individu untuk membangun dan mengelola citra diri mereka secara efektif. Bahkan menurut Melati Mediana Tobing (2018) dalam peran PR dapat meningkatkan sebuah organisasi dalam bertahan dan bersaing dengan kompetitor, dalam hal ini adalah bagaimana penerapan *personal branding* yang benar dapat membantu seorang Youtuber atau konten kreator dapat bersaing dengan kompetitor yang ada dalam media sosialnya.

Di Indonesia, fenomena *personal branding* juga telah menarik perhatian para peneliti. Rahmawati (2018) dalam penelitiannya tentang *personal branding* influencer di Instagram, menemukan bahwa konsistensi konten, interaksi dengan pengikut, dan autentisitas menjadi faktor kunci dalam membangun personal brand yang kuat. Sejalan dengan itu, Hariatiningsih et al. (2020) menganalisis strategi *personal branding* selebgram di Indonesia dan menyoroti pentingnya keunikan konten dan nilai-nilai yang diusung dalam membangun identitas online yang kuat. Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pentingnya *personal branding* dalam berbagai konteks. Misalnya, Labrecque et al. (2011) mengeksplorasi bagaimana individu menggunakan media sosial untuk

membangun identitas online mereka. Mereka menemukan bahwa konsistensi dan autentisitas adalah kunci dalam membangun personal brand yang kuat.

Dalam konteks industri keuangan dan teknologi, yang relevan dengan konten Timothy Ronald, Gorbato et al. (2018) meneliti bagaimana profesional di bidang *fintech* membangun *personal brand* mereka. Mereka menekankan pentingnya keahlian teknis dan kemampuan komunikasi dalam membangun kredibilitas.

Dalam konteks analisis personal branding Timothy Ronald, khususnya melalui konten "Borong Bitcoin: Eps 1", penting untuk memahami prinsip-prinsip fundamental yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Personal branding tidak hanya membentuk persepsi, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap ekspektasi dan interaksi audiens dengan kreator konten. Montoya (2008) menegaskan, "*Personal Branding creates an expectation in the minds of others about what they'll get when they work with you. If you can figure out what your target market values and build a brand that promises to deliver that value repeatedly, then you can be assured that prospective clients will flock to you.*" Pernyataan ini sangat relevan dalam menganalisis bagaimana Timothy Ronald membangun ekspektasi dan nilai bagi audiensnya melalui konten "Borong Bitcoin: Eps 1".

Maka dari itu untuk memahami secara mendalam *personal branding* Timothy Ronald secara komprehensif, penelitian ini akan menggunakan kerangka "The 8 Laws of Personal Branding" yang dikemukakan oleh Montoya (2008): 1) *The Law of Specialization*: Bagaimana Timothy Ronald memosisikan dirinya sebagai spesialis dalam topik Bitcoin. 2) *The Law of Leadership*: Cara Timothy Ronald menunjukkan kepemimpinan pemikiran dalam diskusi seputar cryptocurrency. 3) *The Law of Personality*: Analisis terhadap autentisitas dan keunikan kepribadian Timothy Ronald dalam konten. 4) *The Law of Distinctiveness*: Identifikasi elemen-elemen yang membedakan konten "Borong Bitcoin: Eps 1" dari konten cryptocurrency

lainnya. 5) *The Law of Visibility*: Evaluasi strategi Timothy Ronald dalam meningkatkan visibilitas kontennya. 6) *The Law of Unity*: Analisis konsistensi pesan dan citra Timothy Ronald dalam konten. 7) *The Law of Persistence*: Pengamatan terhadap konsistensi dan keberlanjutan konten Timothy Ronald terkait Bitcoin. 8) *The Law of Good Will*: Penilaian terhadap reputasi dan kredibilitas yang dibangun Timothy Ronald melalui kontennya.

Dengan demikian penelitian ini akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana Timothy Ronald menerapkan prinsip-prinsip personal branding tersebut dalam konten "Borong Bitcoin: Eps 1". Melalui pendekatan kualitatif, studi ini bertujuan untuk menganalisis *personal branding* Timothy Ronald pada konten tersebut berdasarkan prinsip milik Peter Montoya. Dengan memahami nuansa dan kompleksitas dari setiap prinsip dalam konteks spesifik konten Timothy Ronald, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang penerapan strategi personal branding dalam industri konten digital, khususnya di bidang edukasi cryptocurrency. Analisis ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap keberhasilan personal branding Timothy Ronald, serta potensi implikasinya bagi kreator konten lain di industri serupa.

Terkait dengan konten video, Chen (2013) menganalisis bagaimana vlogger YouTube membangun personal brand mereka melalui konten video. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi tema, gaya penyampaian, dan interaksi dengan audiens sangat penting dalam membangun brand yang kuat. Selain itu, Petruca (2016) membahas pentingnya storytelling dalam *personal branding*. Aspek ini sangat relevan dengan format series yang digunakan Timothy Ronald dalam "Borong Bitcoin". Di Indonesia, Handayani et al. (2019) juga menekankan pentingnya storytelling dalam membangun personal brand di era digital, khususnya dalam konteks industri kreatif.

konteks cryptocurrency, yang menjadi fokus konten Timothy Ronald, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas *personal branding*. Namun, Marwick (2013) dalam penelitiannya tentang micro-celebrity di media sosial, memberikan wawasan tentang bagaimana individu dapat membangun following dan pengaruh dalam niche tertentu.

Di Indonesia, meskipun penelitian tentang *personal branding* dalam konteks cryptocurrency masih terbatas, beberapa studi telah membahas fenomena influencer di bidang keuangan dan investasi. Misalnya, Putra dan Fithrah (2018) menganalisis strategi *personal branding* influencer finansial di Instagram dan menemukan bahwa kredibilitas, keahlian, dan kemampuan mengedukasi audiens menjadi faktor penting dalam membangun personal brand yang kuat di bidang keuangan.

Lebih lanjut, dalam konteks edukasi keuangan melalui media sosial, Utami et al. (2021) meneliti efektivitas influencer dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan milenial Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang kuat dan kemampuan menyampaikan informasi kompleks secara sederhana menjadi kunci keberhasilan influencer keuangan.

Fenomena cryptocurrency sendiri telah menarik perhatian peneliti di Indonesia. Rahmat et al. (2022) dalam studinya tentang adopsi cryptocurrency di Indonesia, menyoroti pentingnya edukasi dan peran influencer dalam membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap aset digital ini. Hal ini semakin menegaskan relevansi analisis *personal branding* Timothy Ronald dalam konteks edukasi cryptocurrency. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian tentang "Analisis *Personal branding* Timothy Ronald pada Konten Series Borong Bitcoin eps 1" menjadi sangat relevan dan penting. Penelitian ini akan mengisi kesenjangan dalam literatur dengan menganalisis bagaimana *personal branding* dibangun dalam konteks konten edukasi cryptocurrency, sebuah tema yang semakin populer namun belum banyak diteliti dari perspektif *personal branding*, khususnya di Indonesia.

Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang strategi *personal branding* dalam industri konten digital, khususnya di bidang edukasi keuangan dan cryptocurrency. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi praktis bagi content creator, influencer, dan profesional yang ingin membangun personal brand yang kuat di era digital, terutama dalam bidang yang spesifik dan teknis seperti cryptocurrency.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, teridentifikasi adanya kesenjangan pengetahuan terkait implementasi personal branding dalam konten digital, khususnya dalam konteks edukasi cryptocurrency. Meskipun terjadi peningkatan signifikan dalam popularitas Bitcoin dan konten terkait cryptocurrency, belum ada studi komprehensif yang menganalisis secara spesifik bagaimana prinsip-prinsip personal branding diterapkan dalam konten edukasi keuangan digital.

Penelitian ini berfokus pada analisis mendalam terhadap personal branding Timothy Ronald dalam konten "Borong Bitcoin: Eps 1". Dengan menggunakan kerangka teoretis delapan prinsip personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya, studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi personal branding yang diterapkan dalam konteks konten edukasi cryptocurrency. Berdasarkan pertimbangan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini akan melihat bagaimana Timothy Ronald menerapkan prinsip-prinsip personal branding yang diajukan Peter Montoya dalam konten "Borong Bitcoin: Eps 1".

Rumusan masalah ini menjadi signifikan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang interaksi antara personal branding dan konten media sosial dalam membentuk persepsi dan nilai bagi audiens, khususnya dalam konteks edukasi keuangan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi komunikasi yang efektif di era digital, serta

memperkaya literatur akademik tentang personal branding dalam industri konten cryptocurrency.

Selain itu, temuan dari studi ini berpotensi memberikan wawasan berharga bagi para praktisi public relations, pemasaran digital, dan kreator konten dalam mengoptimalkan strategi personal branding mereka, terutama dalam konteks edukasi keuangan dan cryptocurrency. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi industri konten digital dan edukasi keuangan.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam implementasi personal branding Timothy Ronald dalam konten seri "Borong Bitcoin: Eps 1". Melalui pendekatan kualitatif, studi ini berupaya memahami bagaimana Timothy Ronald menerapkan delapan prinsip personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya dalam konteks edukasi cryptocurrency. Fokus utama penelitian adalah mengkaji strategi personal branding yang digunakan Timothy Ronald untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens terhadap informasi seputar investasi Bitcoin. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara elemen-elemen personal branding Timothy Ronald dengan persepsi dan respon audiens terhadap konten edukasi cryptocurrency. Studi ini juga akan mendalami bagaimana personal branding Timothy Ronald berkaitan dengan proses interpretasi dan pemaknaan audiens terhadap informasi investasi Bitcoin yang disajikan. Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika interaksi antara personal branding Timothy Ronald dan keterlibatan audiens dalam konteks konten edukasi keuangan digital. Melalui pencapaian tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman teoretis dan praktis mengenai peran personal branding dalam konteks edukasi keuangan digital dan cryptocurrency. Hasil

penelitian ini berpotensi memperkaya literatur akademik tentang strategi komunikasi digital dan personal branding influencer, serta memberikan wawasan bagi praktisi komunikasi, kreator konten, dan pelaku industri keuangan digital dalam mengoptimalkan strategi engagement audiens melalui personal branding yang efektif.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan literatur akademik di bidang komunikasi digital dan personal branding. Dengan mengeksplorasi penerapan prinsip-prinsip personal branding Peter Montoya dalam konteks konten edukasi cryptocurrency, studi ini berpotensi memperluas pemahaman teoretis tentang strategi personal branding dalam era digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas personal branding dalam konteks edukasi keuangan digital dan cryptocurrency. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memperkaya diskusi akademis tentang interaksi antara personal branding influencer dan persepsi audiens dalam lingkungan media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi para kreator konten, influencer, dan praktisi komunikasi digital. Analisis mendalam terhadap strategi personal branding Timothy Ronald dalam "Borong Bitcoin: Eps 1" dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi kompleks seperti cryptocurrency. Para profesional di bidang public relations dan pemasaran digital dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk merancang kampanye edukasi yang lebih persuasif dan kredibel.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu pelaku industri keuangan digital dalam memahami pentingnya personal branding dalam membangun kepercayaan dan engagement audiens.

1.4.3. Manfaat Sosial

Secara sosial, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan literasi keuangan digital di masyarakat. Dengan memahami bagaimana personal branding dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kompleks seperti Bitcoin secara efektif, penelitian ini dapat mendorong pengembangan konten edukasi keuangan yang lebih berkualitas dan mudah dipahami oleh publik. Hal ini pada gilirannya dapat membantu masyarakat dalam membuat keputusan keuangan yang lebih informatif, terutama dalam konteks investasi cryptocurrency yang sering kali dianggap berisiko. Lebih lanjut, pemahaman yang lebih baik tentang dinamika personal branding dan persepsi audiens dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya bersikap kritis terhadap informasi yang diterima dari influencer di media sosial.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1. *Personal branding*

Personal branding, menurut beberapa ahli, merujuk pada upaya individu untuk membangun, mengelola, dan memposisikan citra diri mereka sendiri di mata publik. Menurut Jenna Jacobson (2020), personal branding melibatkan apa yang dikenakan oleh seseorang, apa yang dilakukannya, dan kata-kata yang digunakannya. Hal ini mencerminkan konsep yang diungkapkan oleh Peter Montoya (2008) tentang citra mental yang muncul di benak calon klien saat memikirkan seseorang. Montoya juga menekankan pentingnya keunikan, kesatuan, dan niat baik dalam membangun personal branding yang kuat dan efektif. Dalam konteks penelitian ini tentang

Personal Branding Timothy Ronald dalam konten seri Borong Bitcoin, personal branding mencakup cara Ronald menyampaikan informasi tentang cryptocurrency, gaya komunikasinya, dan interaksi dengan pengikutnya. Citra Ronald yang dijaga dengan hati – hati dan konsistensinya dalam menampilkan dirinya sebagai ahli cryptocurrency yang berpengalaman merupakan bagian integral dari personal branding yang memengaruhi sikap dan perilaku pengikutnya. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang konsep personal branding ini penting untuk menganalisis bagaimana pengaruhnya terhadap fenomena – fenomena persuasi yang kerap terjadi di kalangan audiens media sosial. Dan dalam konteks ini, akan disesuaikan dengan delapan hukum personal branding milik Peter Montoya, yang mana dijelaskan sebagai berikut: Pertama, **Hukum Spesialisasi** yang menekankan pentingnya memiliki fokus pada keahlian khusus. Individu yang mengkhususkan diri dalam bidang tertentu lebih mudah dikenali dan dihargai atas keterampilan mereka. Keahlian khusus ini dapat diperoleh melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang mendalam. Dengan berspesialisasi, seseorang memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, gaji yang lebih tinggi, dan pengakuan profesional.

Kedua, **Hukum Kepemimpinan** mendorong individu untuk mengembangkan kepemimpinan pemikiran di bidang mereka. Ini mencakup berbagi ide – ide baru, berpartisipasi dalam diskusi, dan menawarkan solusi untuk masalah yang dihadapi oleh orang lain. Kepemimpinan pemikiran dapat dikembangkan melalui publikasi, presentasi, dan partisipasi aktif dalam komunitas profesional. Individu yang dianggap sebagai pemimpin pemikiran lebih dipercaya dan dihormati, serta lebih mungkin menarik peluang baru.

Ketiga, **Hukum Kepribadian** menekankan pentingnya menunjukkan kepribadian otentik dalam branding pribadi. Individu

yang relatable dan menarik akan lebih mudah terhubung dengan audiens target mereka. Kepribadian otentik ini dapat ditampilkan melalui gaya komunikasi, bahasa tubuh, dan interaksi dengan orang lain. Kepribadian yang autentik lebih disukai dan diingat, serta dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan orang lain.

Keempat **Hukum Keunikan** mendorong individu untuk menemukan apa yang membuat mereka berbeda dari pesaing dan menonjolkannya dalam branding mereka. Keunikan ini dapat berasal dari pengalaman, bakat, atau perspektif yang berbeda. Individu yang memiliki keunikan dan mudah dibedakan lebih mudah diingat dan lebih menarik bagi audiens target.

Kelima, **Hukum Kenampakan** menekankan pentingnya membuat diri Anda terlihat dan mudah ditemukan. Ini mencakup penggunaan berbagai platform online dan offline untuk mempromosikan diri dan membangun koneksi. Platform online seperti media sosial, situs web, dan blog dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas dan konektivitas Anda.

Keenam, **Hukum Kesatuan** memastikan bahwa semua elemen branding Anda, seperti logo, tagline, dan pesan, konsisten dan selaras. Kesatuan ini menciptakan citra merek yang kohesif dan profesional, yang membantu audiens mengenali dan mengingat brand Anda dengan lebih mudah.

Ketujuh, **Hukum Kegigihan** mengingatkan bahwa membangun personal branding membutuhkan waktu dan usaha yang berkelanjutan. Konsistensi dalam upaya branding dan ketekunan dalam menjalankan strategi akan membuahkan hasil yang signifikan seiring waktu. Jangan mudah menyerah, karena proses ini membutuhkan komitmen jangka panjang.

Kedelapan, **Hukum Niat Baik** mendorong individu untuk bersikap baik dan membantu orang lain. Membangun reputasi

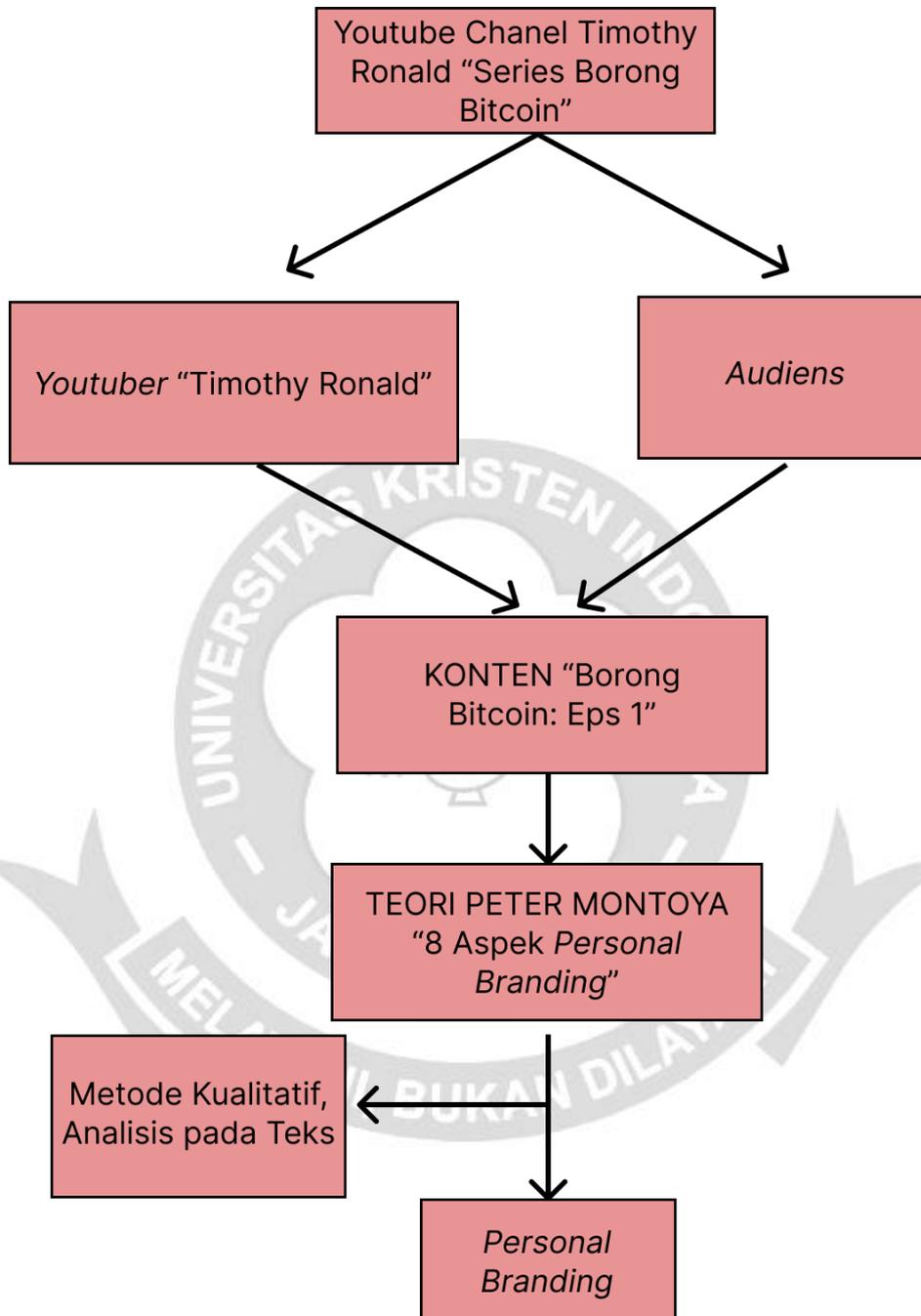
sebagai individu yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya adalah penting. Kebaikan dan kemurahan hati dapat ditunjukkan melalui tindakan seperti mentoring, volunteering, dan kontribusi positif kepada komunitas, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra pribadi Anda.

1.5.2. Konten Series

Konten seri merujuk pada serangkaian materi multimedia, seperti video, yang disajikan dalam format serial atau berkelanjutan di platform media sosial atau internet lainnya. Konten ini biasanya terdiri dari episode – episode yang terkait satu sama lain dan dapat disajikan dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks penelitian ini, konten seri "Borong Bitcoin" yang diproduksi oleh Timothy Ronald adalah sebuah contoh. Konten ini tidak hanya bertujuan untuk menyajikan informasi tentang cryptocurrency, tetapi juga untuk membangun citra personal branding Timothy Ronald sebagai seorang ahli investasi yang dapat dipercaya. Korelasi antara konten seri dan penelitian ini terletak pada bagaimana citra personal branding yang dibangun dalam konten tersebut mempersuasi pengikutnya.

Konten seri berperan sebagai medium untuk mentransmisikan pesan – pesan terkait investasi dan mengkomunikasikan nilai – nilai yang terkait dengan personal branding Timothy Ronald kepada audiensnya, yang kemudian dapat memengaruhi sikap dan perilaku mereka terkait peluang investasi dan cryptocurrency. Oleh karena itu, analisis yang dilakukan pada konten series ini akan memberikan pemahaman yang mendalam terkait kegunaan dari konten series tersebut sebagai media yang menunjang Pembangunan personal branding.

Bagan 1.1. Bagan Kerangka Berpikir



Sumber: Olahdata Pribadi

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial dengan mendalami konteksnya secara komprehensif, serta mengeksplorasi makna subjektif yang dialami oleh individu atau kelompok (Denzin & Lincoln, 2011). Creswell (2013) menegaskan bahwa metode kualitatif melibatkan pengumpulan data berupa kata-kata, gambar, atau objek, serta analisis yang bersifat deskriptif dan interpretatif.

Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini sangat relevan karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi personal branding Timothy Ronald dalam konten "Borong Bitcoin: Eps 1". Dengan mendalami konteks dan makna subjektif yang terkandung dalam konten tersebut, penelitian ini dapat mengidentifikasi nuansa dan dinamika yang mungkin terlewatkan jika menggunakan metode kuantitatif (Patton, 2015). Selain itu, metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi interaksi sosial yang kompleks dan dinamika komunikasi yang mendasari respons audiens terhadap konten tersebut (Flick, 2014).

Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip personal branding yang dikemukakan oleh Montoya (2008) diterapkan dalam konteks konten edukasi cryptocurrency. Hal ini sejalan dengan pandangan Yin (2018) yang menyatakan bahwa metode kualitatif sangat sesuai untuk penelitian yang bertujuan mengeksplorasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata.

Moleong (2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang

alamiah. Hal ini sangat relevan dalam mengkaji penerapan personal branding dalam konteks media sosial Indonesia, di mana nuansa budaya dan preferensi lokal dapat mempengaruhi strategi komunikasi digital.

Sugiyono (2020) menegaskan bahwa metode kualitatif sangat sesuai untuk meneliti fenomena yang belum jelas, memahami makna di balik data yang tampak, dan mengembangkan teori. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap strategi personal branding Timothy Ronald dalam konten edukasi cryptocurrency, yang merupakan fenomena relatif baru di Indonesia. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola unik dan strategi inovatif yang mungkin belum tercakup dalam teori personal branding yang ada.

Bungin (2015) juga menekankan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Hal ini sangat relevan dalam menganalisis keunikan strategi personal branding Timothy Ronald dalam konteks industri konten digital Indonesia, yang memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri.

Lebih lanjut, Raco (2010) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki karakteristik fleksibilitas yang memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan desain penelitian sesuai dengan perkembangan di lapangan. Hal ini sangat bermanfaat dalam konteks penelitian tentang personal branding di media sosial, di mana tren dan dinamika dapat berubah dengan cepat.

Dengan demikian, metode kualitatif menjadi pilihan yang tepat dalam konteks penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang kompleks dan multidimensional seperti personal branding dalam konteks media sosial dan edukasi

keuangan digital (Kozinets, 2015). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap strategi, motivasi, dan dampak personal branding Timothy Ronald, serta persepsi dan respons audiens terhadap konten tersebut.

1.6.2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan atau menguraikan karakteristik suatu fenomena dengan akurat dan sistematis (Creswell, 2014). Menurut Ary, Jacobs, & Razavieh (2010), pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara detail situasi, kejadian, atau peristiwa yang diamati. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang implementasi personal branding Timothy Ronald dalam konten "Borong Bitcoin: Eps 1".

Dengan mengumpulkan data kualitatif tentang karakteristik konten dan respon audiens, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana Timothy Ronald menerapkan prinsip-prinsip personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi personal branding yang digunakan, serta bagaimana strategi tersebut terartikulasi dalam konten dan diterima oleh audiens.

Lebih lanjut, pendekatan deskriptif kualitatif memberikan kerangka kerja yang kokoh untuk menganalisis hubungan antara elemen-elemen yang diamati, sehingga memungkinkan identifikasi pola dan tren yang mungkin tidak terlihat pada awalnya (Babbie, 2016). Hal ini sangat relevan dalam menganalisis bagaimana berbagai aspek personal branding Timothy Ronald berkaitan satu sama lain dan bagaimana audiens memaknai dan merespons strategi tersebut.

Oleh karena itu, pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena kesesuaiannya dengan sifat fenomena yang ingin diteliti serta kemampuannya untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan mendetail tentang implementasi personal branding dalam konteks konten edukasi cryptocurrency.

1.6.3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam mengungkap proses pemaknaan audiens terhadap teks media, khususnya dalam konteks personal branding Timothy Ronald melalui konten "Borong Bitcoin" episode 1. Analisis resepsi dipandang sebagai metode yang tepat mengingat kompleksitas makna yang terlibat dalam konstruksi personal branding, serta kemampuannya untuk mempertimbangkan konteks sosial-kultural audiens dalam proses pemaknaan, yang sangat relevan dengan konteks edukasi cryptocurrency di Indonesia.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi interaksi antara konten yang disajikan Timothy Ronald dengan interpretasi audiens, yang krusial dalam memahami efektivitas personal branding. Lebih lanjut, analisis resepsi memungkinkan identifikasi berbagai posisi pemaknaan audiens terhadap personal brand Timothy Ronald. Adaptabilitas metode ini terhadap konteks media baru juga menjadi pertimbangan, mengingat platform digital yang digunakan dalam konten "Borong Bitcoin".

Melalui analisis resepsi, penelitian ini juga dapat mengeksplorasi bagaimana audiens memaknai dan meresepsi elemen-elemen personal branding Timothy Ronald, termasuk persepsi mereka terhadap kredibilitas, keahlian, gaya komunikasi, dan nilai-nilai yang diproyeksikan dalam konten series tersebut. Analisis ini juga mempertimbangkan bagaimana latar belakang

sosial, kultural, dan pengetahuan audiens tentang cryptocurrency mempengaruhi interpretasi mereka terhadap personal brand Timothy Ronald.

Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika personal branding dalam konteks edukasi cryptocurrency, serta implikasinya terhadap strategi personal branding di era digital, khususnya dalam bidang edukasi keuangan dan teknologi di Indonesia. Dengan menggunakan analisis resepsi, penelitian ini tidak hanya mengeksplorasi bagaimana personal branding dibangun, tetapi juga bagaimana ia diterima, diinterpretasikan, dan potensial dimodifikasi oleh audiens, memberikan wawasan berharga bagi pengembangan strategi personal branding yang efektif dalam lanskap media digital yang terus berevolusi.

1.6.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data yang representatif dan komprehensif, penelitian ini memilih metode dokumentasi yang diambil dari transkrip data pembicaraan yang ada dalam konten tersebut sebagai pendekatan utama untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan transkrip di video YouTube Timothy Ronald. Metode ini dipilih karena kemampuannya untuk menyajikan pandangan dan tanggapan tanpa memengaruhi dinamika asli dari interaksi online. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mendokumentasikan serta menganalisis ragam respons dan pandangan yang muncul dari audiens terhadap konten yang disajikan. Lebih lanjut, dengan mengeliminasi gangguan dari faktor-faktor eksternal yang mungkin memengaruhi percakapan, penggunaan metode dokumentasi diharapkan dapat memberikan insight yang lebih objektif dan mendalam terhadap komentar-komentar yang disajikan.

Untuk memastikan keberagaman dalam data yang dikumpulkan, penelitian ini menerapkan berbagai teknik pengambilan data yang disesuaikan dengan karakteristik penelitian. Purposive sampling digunakan untuk memilih komentar-komentar yang paling relevan dengan fokus penelitian, sehingga memungkinkan untuk pengumpulan data yang berkualitas dan representatif. Selanjutnya, snowball sampling digunakan untuk menemukan komentar-komentar tambahan yang mungkin terlewatkan dalam seleksi awal, dengan cara mengikuti jejak tanggapan-tanggapan yang ada untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas. Di sisi lain, convenience sampling memainkan peran penting dalam memilih komentar-komentar yang paling mudah diakses dan relevan dengan topik penelitian, memastikan bahwa data yang dikumpulkan memenuhi standar keberagaman dan kedalaman yang diperlukan untuk analisis yang komprehensif. Dengan demikian, penggunaan teknik-teknik ini secara efektif akan memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencakup beragam sudut pandang dan memberikan gambaran yang holistik terhadap tanggapan audiens terhadap konten Timothy Ronald di platform YouTube.

1.6.5. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi yang diolah menjadi transkrip dan gambar dari konten series borong bitcoin milik Timothy Ronald, khususnya episode 1. Pemilihan data tidak terlepas dari beberapa poin penting yang ia tampilkan dalam pengembangan personal brandingnya. Tentunya dengan data ini, maka penelitian ini menjadi terbantu dan dapat melakukan analisis mendalam yang tepat untuk melihat citra yang dibangun oleh Timothy Ronald.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi berupa komentar – komentar yang ada dalam kolom komentar series tersebut. Data ini digunakan untuk mendukung pernyataan – pernyataan yang dijelaskan pada data primer, sehingga diharapkan didapatkannya hasil penelitian yang jelas, benar, dan memuaskan.

1.6.6. Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Dalam proses pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka akan dilakukan analisis dan interpretasi data dengan model analisis milik Miles dan Huberman. Dalam model ini Miles dan Huberman membagi dalam empat tahapan, diantaranya:

a) Pengumpulan data

Data primer akan diperoleh dari dokumentasi lengkap dari konten seri "Borong Bitcoin" Timothy Ronald episode 1. Data sekunder akan dikumpulkan dari komentar-komentar yang ditinggalkan oleh penonton dalam konten tersebut. Selama proses pengumpulan data, saya akan memastikan untuk mencatat semua informasi yang relevan dan signifikan terkait dengan personal branding Timothy Ronald dalam konten seri tersebut.

b) Reduksi data

Setelah mengumpulkan data, saya akan melakukan penyortiran dan pemilahan data berdasarkan tema atau kategori yang muncul dari analisis awal. Saya akan memperhatikan dengan cermat berbagai aspek personal branding yang mungkin terungkap dalam konten seri, seperti gaya komunikasi, narasi personal, dan strategi persuasif yang digunakan oleh Timothy Ronald.

c) Penyajian data

Data akan diorganisir ke dalam kategori – kategori yang lebih terinci atau sub-tema yang relevan. Proses

pengkategorian data akan membantu saya untuk mengelompokkan data dengan lebih baik dan memudahkan analisis selanjutnya. Saya akan memastikan bahwa pengelompokan data dilakukan dengan cermat dan sesuai dengan tujuan penelitian.

d) Penarikan kesimpulan

Analisis mendalam akan dilakukan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam data yang telah dikumpulkan dan dikategorikan sebelumnya. Berbagai teknik analisis, seperti analisis tematik dan analisis naratif, akan digunakan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antar variabel dalam data. Interpretasi yang saya lakukan akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang personal branding Timothy Ronald dalam konteks konten seri "Borong Bitcoin" dan dampaknya terhadap audiensnya.

1.6.7. Keabsahan

Dalam penelitian ini, aspek keabsahan data sangat penting untuk dipertimbangkan guna memastikan bahwa data yang digunakan memiliki kualitas yang tinggi. Penilaian keabsahan data akan didasarkan pada paradigma penelitian yang dipilih, di mana setiap paradigma memiliki kriteria tersendiri. Dalam paradigma interpretivisme, seperti yang diterapkan dalam penelitian ini, kriteria utama untuk menilai keabsahan data adalah otentisitas (authenticity) dan keterpercayaan (trustworthiness). Otentisitas mengacu pada sejauh mana data mencerminkan realitas yang diamati, sementara keterpercayaan mencakup keandalan dan keobjektifan data. Untuk memastikan keabsahan data, metode triangulasi akan digunakan.

a. Triangulasi Data

Triangulasi data mengacu pada pengumpulan data dari berbagai sumber atau teknik yang berbeda untuk

menguji keberanian temuan. Misalnya, selain data primer yang diperoleh dari konten series "borong bitcoin" Timothy Ronald, juga akan digunakan data sekunder dari komentar-komentar dalam konten tersebut

b. Triangulasi Metode

konsistensi dan validitas temuan. Melakukan analisis data dengan model interaktif milik Miles dan Huberman pada konten series "Borong Bitcoin" sebagai pokok utama, dan juga melihat komentar yang ada. Diharapkan dengan metode tersebut, diharapkan pembaca dapat memahami secara jelas konteks atau poin yang diteliti.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu mengacu pada pengumpulan data pada berbagai waktu yang berbeda untuk mengetahui perubahan atau evolusi dalam fenomena yang diamati. Dengan menggunakan pendekatan triangulasi ini, penelitian ini dapat memperoleh data yang berkualitas tinggi dan temuan yang dapat dipercaya, meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.