

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Rey Utami



Gambar IV. 1 Candra Dewi Maharani

(Sumber: Liputan6)

Rey Utami menjalani karirnya di industri hiburan Indonesia peran sebagai presenter dan penyanyi. Dia banyak terlibat dalam acara olahraga yang berkaitan sepak bola diberbagai saluran TV nasional. Wanita yang lahir pada tanggal 24 Maret 1987 juga pernah menjadi vokalis kedua dalam lagu yang berjudul “di saat aku mencintaimu” dari Dadali. Selain itu, Rey Utami juga pernah sebagai pembawa acara dalam acara-acara besar, seperti ajang Euro di salah satu saluran TV swasta terkemuka di Indonesia. Pada tahun 2016, ia menikah dengan Pablo Benua, seorang pengusaha kaya dari Medan. Hingga saat ini, mereka diberkahi dengan kelahiran seorang putra.

Rey utami bukan hanya terkenal seorang presenter serta influencer tetapi, ia juga sukses dalam dunia bisnis serta sebagai pemilik *brand* skincare terkenal yakni *Kharites Beauty*. Selain itu, Rey Utami juga mengurus *beauty lounge* yang memiliki dua puluh empat cabang yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Menurut Dr. Ferry Situmorang, S.H., M.Si yang menjabat sebagai ketua Indonesia Artist Watch, Rey Utami dikenal sebagai ratu properti dikawasan Sentul City karena memiliki lebih dari lima ratus unit aset, seperti rumah yang siap ditempati untuk dijual. Kekayaan Rey Utami diperkirakan meningkat secara signifikan hingga mencapai 6,3 triliun. Posisi Rey Utami sudah menduduki artis terkaya di tahun 2024. Pada tahun 2023, Rey Utami sukses menjadi artis paling kaya di Indonesia menurut survei Cydem International Research. Dalam survai tersebut Rey Utami menempati posisi teratas dengan kekayaan 4,7 triliun kekayaannya melampaui Raffi Ahmad hanya memiliki kekayaan sebesar 400 miliar dengan menempati peringkat ketiga, sedangkan peringkat kedua ditempati oleh penyanyi internasional yakni Agnes Monica.

Akan tetapi, proses perjalanan Rey Utami yang sukses saat ini tidak lepas dari kehidupan yang kelam pada saat masa-masa sulitnya dalam penjara. Pada tahun 2019 Rey Utami dan Pablo Benua membuat konten video yang membahas tentang ikan asin, dalam kasus tersebut Galih Ginanjar juga terlibat sebagai tersangka. Mereka berdua mendapatkan hukuman penjara karena videonya mengandung konten yang merendahkan mantan istri Galih Ginanjar

yakni Fairuz A Rafiq yang melaporkan kejadian tersebut kepada pihak yang berwajib, yang akhirnya mereka bertiga dipenjara.⁸⁰

2. Profil Akun Youtube Rey Utami (@ReybenEntertainment)

Rey Utami mulai membuat akun *youtube* pada tahun 2016 dengan unggahan 2,1 ribu video pada *channel* @ReybenEntertainment yang berisi podcast dan vlog kesehariannya Rey Utami. Video yang diunggahnya dilengkapi *caption* penjelasan video berisi “tayangan ini disajikan untuk edukasi, semoga kita terhindar dari perbuatan-perbuatan negatif dan dapat mengambil pelajaran dari kisah-kisah narasumber, tayangan ini membutuhkan pengawasan orang tua” dan tagar-tagar tertentu diantaranya #NgobrolPenting, #PabloBenua, #Reyutami dan #podcast dengan mencantumkan link sosial mediana Pablo Benua dan Rey Utami.

Dalam video *youtube* Rey Utami pada *channel* @ReybenEntertainment telah melanggar pencemaran nama baik hingga Rey Utami dan Pablo Benua mendapatkan hukuman dipenjara terkait kasus ikan asin. Selama dipenjara akun *youtube channel* @ReybenEntertainment sempat berhenti kurang lebih selama satu tahun empat bulan. Setelah bebas dari penjara Rey Utami mengaktifkan kembali akun *youtubena* yang selalu ditanyakan oleh penggemarnya untuk kembali membuat konten di *youtube*. Dalam video pertamanya setelah keluar penjara Rey Utami akan membuat konten-konten

⁸⁰ Wulan Cantika Wirenda, “Profil Rey Utami yang Dikabarkan Jadi Artis Terkaya di Tanah Air, Lampau Raffi Ahmad hingga Agnez Monika”, (*online*) <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5617607/profil-rey-utami-yang-dikabarkan-jadi-artis-terkaya-di-tanah-air-lampau-raffi-ahmad-hingga-agnez-mo?page=3>, diakses tanggal 3 Juli 2024

yang bermanfaat, menghibur dan inspiratif untuk netizen dari video sebelumnya. Salah satu video Rey Utami yang terbaru yakni waktunya jajan dimana Rey Utami setiap harinya menghabiskan puluhan bahkan ratusan juta untuk jajan dipinggiran jalan. Dengan membuat konten bagi-bagi rezeki seperti ini, Rey Utami bisa membantu usaha atau UMKM kecil milik orang lain.



Gambar IV. 2 Rey Utami
@ReybenEntertainment
Video pertama pasca bebas dari penjara
(Sumber: *youtube*)

Rey Utami memberikan klarifikasi dalam video pertamanya setelah keluar dari penjara dan menjawab semua pertanyaan netizen. Para pengikut Rey Utami banyak yang mengomentari dan menDM secara pribadi di akun instagramnya untuk mengaktifkan lagi konten-konten yang sempat berhenti. Dengan versi Rey Utami yang baru setelah keluar penjara ia akan memberikan edukasi atau konten yang menghibur dan bermanfaat kedepannya. Dari kasus ikan asin membuat Rey Utami sadar atas perbuatannya ingin menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan bisa bermanfaat untuk orang lain.

Saat ini tanggal 6 Juli 2024 akun @ReybenEntertainment telah memiliki jumlah (pengikut) mencapai 2,09 juta *subscriber*. Dengan keseluruhan video yang ditonton mencapai angka 536.905.621 kali ditonton. Akun ini telah membagikan sebanyak 2,1 ribu video unggahan. Ada tujuh tema dalam video *channel youtube* Rey Utami yakni diarey, waktunya jajan, the reyben unlocked, ngbrol penting, Rey chef, horni dan reyben music. Deskripsi dalam akunnya tertulis link sosial media Rey Utami dan Pablo Benua dan tagar hastag diantaranya #NgobrolPenting, #PabloBenua, #Reyutami dan #podcast.

Rey Utami membuat konten video *youtube* sempat berhenti dari tanggal 8 April 2020 dan kembali aktif tanggal 13 Desember 2020, semakin hari jumlah *subscriber* meningkat selama berhenti membuat konten di *youtube* dan sampai sekarang telah mencapai 2,09 juta *subscriber*. Selain itu *channel youtube* @ReybenEntertainment sudah terverifikasi atau sudah centang biru yang berarti *youtube* telah memverifikasi *channel youtube* Rey Utami. Selama berhenti membuat konten video *youtube* para netizen banyak yang men DM akun instagram Rey Utami untuk kembali aktif lagi membuat konten *youtube*, tidak hanya di instagram saja tetapi di *youtube* juga netizen memberikan komentar untuk kembali aktif membuat kontennya. Peneliti melihat dikolom komentar banyak sekali netizen yang terhibur dan suka dengan konten-konten Rey Utami yang berisi konten vlog, edukasi, motivasi, hiburan sampai bisa menarik *audiens* selalu penasaran dengan video-video yang dibuatnya bersama timnya hingga *subscribarnya* selalu bertambah.

Setelah tanggal 13 Desember 2020 untuk membuat konten video *youtube*, Rey Utami mulai konsisten mengunggah sehari satu video konten di *youtube*. Peneliti melihat bahwa setiap video unggahan Rey Utami memuat tema sesuai dengan alur cerita yang memiliki episode selanjutnya. Pencapaian Rey Utami yang semakin memuncak dengan banyak *subscriber* di *youtube* bahwa ia mempunyai ciri khas tersendiri, salah satunya adalah memiliki rekam jejak yang naik turun daun dalam dunia hiburan televisi, yang tidak hanya terfokus pada satu tema tetapi juga memberikan konten hiburan kepada audiens. Salah satunya konten hiburannya keseruan waktunya jajan pada kegiatan hari itu. Setiap kontennya selalu ada ucapan opening video dan dibuatnya sampul video *youtube* yang selaras mulai dari warnanya, disain tulisan sehingga membuat video tersebut rapi sesuai perepisodenya, tidak heran banyak audiens yang menyukai konten Rey Utami.

Hal ini dapat menambah nilai khusus dari seorang Rey Utami dalam membentuk *personal branding*-nya. Pemilik nama Rey Utami ini mempunyai total rata-rata penonton dengan rentang antara ribuan sampai juta penonton. Tidak heran jika video yang ia bagikan mendapatkan banyak *subscriber* dari pengikutnya serta pujian berupa *likes* dan komentar.

B. Makna Penanda (*Signifier*), Petanda (*Signified*), denotatif, konotatif dan Mitos dalam Channel Youtube @ReybenEntertainment Yang Berjudul “Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali”

Video yang dipublikasikan di akun *youtube* Rey Utami pada 27 Juli hingga sekarang berjumlah 2,2 ribu video. Penulis akan menganalisis video vlog yang bertema “waktunya jajan” dalam media sosial *channel youtube* @RaybenEntertainment. Ada 191 video di akun @RaybenEntertainment yang bertema waktunya jajan, penulis mengambil satu video yang akan dibedah dalam analisis semiotika Roland Barthes yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali di posting pada tanggal 14 September 2023 sudah mencapai 385 ribu penayangan dan 11 ribu yang menyukai postingan tersebut, dengan durasi 19 menit 49 detik. Dalam video tersebut terdiri dari delapan *scene* yang menceritakan ada seorang bapak-bapak yang sedang jualan gulali bersama anak laki-lakinya. Setiap sore sampai malam bapak si penjual gulali jualan dipinggir jalan dengan ditemanin anak laki-lakinya. Setelah sepulang sekolah anak laki-laki tersebut membantu ayahnya berdagang jualan gulali, meskipun dirinya masih kecil tetapi ia memiliki rasa tanggung jawab dan mandiri. Ditengah malam Rey Utami harus mencari pedagang gulali untuk si aron, dan bertemulah bapak pedagang gulali bersama anaknya. Pertemuan inilah membuat Rey Utami empati dan bangga melihat anak seusia Syahril sudah bekerja untuk membantu orang tuanya. Meskipun Rey Utami tidak membeli semua dagangan bapak si tukang penjual gulali tetapi ia membeli satu gulali dengan seharga satu juta. Rey Utami membeli sepuluh gulali dari dagangan bapak si tukang penjual gulali untuk membantu kebutuhan mereka.

Peneliti melihat dalam video waktunya jajan ada pesan tersirat yang perlu peneliti bedah dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam video yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanan Syahril Penjual Gulali.

Tabel. IV. 1 (*scene 1-2*)

<p>Penanda (<i>Signifier</i>)</p>	<p>Petanda (<i>Signified</i>)</p>
<p>Pada gambar awal terlihat seorang wanita sedang duduk dalam mobil sedang opening video untuk mencari jajanan dipinggir jalan pada malam hari, dikarenakan anaknya menangis ingin makan gulali dan wanita tersebut keluar dari mobil menuju ke pedagang gulali</p>	<p>Konsep konotasi yang ingin disampaikan dalam video ini adalah seorang ibu yang terlihat bahagia untuk mencari makanan kesukaan anaknya</p>

Tanda Denotatif

(Denotatif Sign)

Scene 1-2

Detik 0:27-1:18

Seorang wanita sedang duduk dan tersenyum yang sedang opening waktunya jajan di dalam mobil kemudian keluar dari mobil menunjuk penjual pedagang gulali



Penanda Konotatif

(Connotative Signifier)

Gambar seorang wanita duduk dalam mobil dengan tersenyum bahagia yang sedang mempegerakan opening video “waktunya jajan”, gambar kedua

Petanda Konotatif


(Connotative Signified)

Konsep tahapan awal sebelum membuat video vlog mempersiapkan opening, seperti kalimat “waktunya jajan”. Dengan sikap semangat untuk mencari gulali di malam hari akhirnya Rey Utami

<p>seorang wanita keluar dari mobil dan menunjuk ke arah pedagang gulali</p>	<p>bertemu dengan pedagang gulali dipinggir jalan. Karena ketika seseorang sedang menemukan hal baru dan tercapai keinginannya hasil dari usaha seseorang tidak akan sia-sia.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)</p> <p style="text-align: center;">Pesan tentang ketika seseorang memiliki semangat dan ketekunan, usaha yang dianggap sepelepun dapat menghasilkan hasil yang memuaskan. Dari kalimat waktunya jajan bukan sekedar pengantar atau opening semata, akan tetapi melambangkan semangat untuk mencapai tujuan meskipun diluar kebiasaan atau diwaktu yang tidak biasa.</p>	

Tabel. IV. 2 (scene 3-4)

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
<p>Seorang bapak berbaju kuning dan anak laki-laki yang sedang duduk menjaga dagangan gulali dan datanglah seorang wanita berambut pirang memakai baju corak hitam pink</p>	<p>Konsep kesabaran pedagang yang sedang menunggu pembeli</p>

<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotatif Sign</i>)</p> <p>Scene 3-4</p> <p>Detik 1:19-4:21</p> <p>Seorang bapak berbaju warna kuning duduk bersama anak laki-lakinya yang sedang menunggu pembeli datang dan datanglah seorang wanita memakai baju bercorak hitam, pink dan berambut pirang untuk membeli gulali</p> <div style="text-align: center;">  </div>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Connotative Signifier</i>)</p> <p>Gambar seorang bapak berbaju kuning dan anak laki-laki yang sedang duduk terdiam menunggu pembeli, gambar kedua</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Connotative Signified</i>)</p> <p>Konsep yang menggambarkan kepedulian sosok ibu terhadap anaknya, dengan berbicara sambil memberikan</p>

<p>seorang wanita berambut pirang yang menghampiri pedagang gulali dan mengobrol dengan anak laki-laki tersebut</p>	<p>sebuah senyuman merupakan bentuk kedekatan.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)</p> <p style="text-align: center;">Seorang wanita yang bangga kepada anak kecil dalam bekerja untuk membantu orang tuanya. Hal ini menunjukkan anak kecil tersebut memiliki jiwa mandiri dan potensi menjadi orang yang sukses dimasa depan dengan membentuk kebiasaan yang positif dan disiplin.</p>	

Tabel. IV. 3 (scene 5-6)

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
<p>Gambar seorang anak laki-laki sedang ditanya oleh seorang wanita berambut pirang sambil menangis dengan di dampingi ayahnya.</p> <p>Rey Utami: “<i>mau beliin ayah apa kalau udah punya uang?</i>”</p>	<p>Seorang ayah yang mengajarkan anaknya untuk bekerja keras dan belajar mandiri bahwa mencari uang itu tidak mudah. Hal ini menunjukkan bahwa anak tersebut memiliki hati yang mulia dan bersemangat untuk membantu orang tuanya hingga berjualan sampai malam hari. Agar suatu</p>

<p>Syahril: <i>“mobil, motor, rumah</i></p> <p>Rey Utami: <i>“kalau ibu mau dibeliin apa? Bunda</i></p> <p>Syahril: <i>“sama kayak ayah”</i></p> <p>Rey Utami: <i>“aduh (menangis) semoga jadi anak yang berbakti ya, nanti kalau sudah sukses jangan lupa sama orang tua ya, kasian kan ayahnya jualan sampai malam ya, buat kamu sekolah ya, jadi jangan nakal, harus bisa membanggakan ayah dan bunda dirumah. Okee, siap. Jangan lupa salat berdoa sama Allah biar terkabul cita-citanya.</i></p>	<p>saat nanti Syahril bisa membahagiakan kedua orang tuanya dengan didikan ayahnya yang pekerja keras akan mendapatkan hasil yang baik pula.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (Denotatif Sign)</p> <p>Scene 5-6</p> <p>Detik 10.45-11.48</p>	

Seorang anak laki-laki yang sedang membantu orang tuanya berjualan gulali di sebuah stand kecil. Anak laki-laki tersebut tampak serius dalam melayani pembeli



Penanda Konotatif

(Connotative Signifier)

Gambar pertama seorang wanita berambut pirang sedang mengobrol dengan anak laki-laki. Gambar kedua, wanita tersebut menangis melihat anak kecil yang seharusnya seumurannya mereka bermain dan belajar melainkan memilih hidup untuk membantu orang tua, dan mengingatkan wanita tersebut dengan anaknya yang dirumah.

Petanda Konotatif

(Connotative Signified)

Makna terharu seseorang ibu melihat anak kecil yang membantu orang tua berdagang dimalam hari. Hal ini menunjukkan nilai-nilai sosial seperti kepekaan pembeli merasa tergerak emosinya dan berempati terhadap anak kecil, memiliki sosial kemanusiaan pembeli tergerak membantu membeli dagangan anak kecil tersebut dan memiliki rasa kekeluargaan karena pembeli teringat anaknya sendiri dan menghargai usaha anak kecil untuk membantu orang tuanya

Tanda Konotatif

(Connotative Sign)

Pesan ini menunjukkan nilai sosial yang mendalam seperti kepekaan, kemanusiaan, empati, rasa kekeluargaan dan dihargai terhadap kerja keras. Hal ini menggambarkan bagaimana anak tersebut dapat bergerak oleh situasi orang lain dan berinisiatif untuk membantu.

Tabel. IV. 4 (scene 7-8)

<p>Penanda (<i>Signifier</i>)</p>	<p>Petanda (<i>Signified</i>)</p>
<p>Seorang wanita sedang membeli sepuluh gulali kepada bapak berbaju kuning dengan memberikan uang sepuluh juta</p>	<p>Memberikan harta atau uang untuk orang yang membutuhkan sebagai bentuk kebaikan atau bantuan.</p>
<p>Tanda Denotatif (<i>Denotatif Sign</i>)</p> <p>Scene 7-8</p> <p>Detik 15:13-16:02</p> <p>Wanita berambut pirang sedang membeli gulali dan memberikan harga satuan gulali sebesar harga satu juta dengan membeli sepuluh gulali</p>	



<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif <i>(Connotative Signifier)</i></p> <p>Gambar wanita berambut pirang sedang membeli sepuluh gulali kepada bapak berbaju kuning, gambar kedua bapak si pedagang gulali menerima uang sebesar Rp 10.000.000</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif <i>(Connotative Signified)</i></p> <p>Konsep tindakan untuk mencari pahala dan ridho Tuhan, dalam sosial budaya berbagi rezeki dianggap sebagai tindakan positif kepedulian terhadap sesama, kedermawaan dan keikhlasan</p>
<p>Tanda Konotatif <i>(Connotative Sign)</i></p>	

Pesan tentang kebaikan dan kepedulian seorang wanita yang membantu pedagang gulali. Dengan uang tersebut sangat bermanfaat untuk menyambung hidup si pedagang gulali dan untuk membayar uang sekolah anaknya.


C. Hasil Penelitian Makna Mitos “Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Channel Youtube @ReybenEntertainment Yang Berjudul “Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali”

Berdasarkan makna denotasi dan konotasi pada *channel youtube* @ReyBenEntertainment yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali terdapat mitos yang dianalisis menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.

Tabel IV. 5

Hasil Penelitian Makna Mitos

No	Scene	Mitos
1.	 <p style="text-align: center;">Gambar IV. 3 <i>Scene 1-2</i></p>	<p>Pada gambar awal terlihat seorang wanita sedang duduk dalam mobil yang sedang opening video untuk mencari jajanan dipinggir jalan pada malam hari, dikarenakan anaknya menangis ingin makan gulali dan wanita tersebut keluar dari mobil menuju ke pedagang gulali.</p> <p>Wanita tersebut menceritakan bahwa anaknya menangis karena ingin makan jajanangulali dimalam hari. Scene ini menunjukkan adanya tanda mitos yakni</p>

		<p>“Pada umumnya seorang anak meminta jajan kesukaannya kepada seorang ibu, dan ketika tidak diberikan anak tersebut akan menangis”.</p>
<p>2.</p>	 <p style="text-align: center;">Gambar IV. 4 <i>Scene 3-4</i></p>	<p>Gambar seorang bapak berbaju kuning dan anak laki-laki yang sedang duduk terdiam menunggu pembeli, gambar kedua seorang wanita berambut pirang yang menghampiri pedagang gulali dan mengobrol dengan anak laki-laki tersebut.</p> <p>Scene ini menunjukkan adanya tanda mitos yakni “Seorang ibu akan bangga melihat anak kecil yang sudah pintar dalam</p>

		<p>dunia bisnis. Mitosnya bahwa setiap anak yang dapat berbisnis pasti cerdas atau memiliki bakat yang luar biasa, padahal kemampuan berbisnis juga bisa berasal dari lingkungan, pendidikan dan kesempatan kepada orang tua untuk anak tersebut.</p>
--	--	---

3.



Gambar IV. 5

Scene 5-6

Gambar seorang anak laki-laki sedang ditanyain oleh seorang wanita berambut pirang sambil menangis dengan di dampingi ayahnya. Scene ini menunjukkan adanya tanda mitos yakni “Orang tua akan bangga ketika anak kecilnya sudah bisa membantu mencari uang. Tetapi, tidak semua orang tua bangga dan senang melihat anaknya masih kecil sudah bisa membantu orang tuannya. Bahkan dalam konteks budaya, anak bekerja membantu keluarga sejak usia muda dianggap normal bahkan dihargai”.

4.



Gambar IV. 6

Scene 7-8

Seorang wanita sedang membeli sepuluh gulali kepada bapak berbaju kuning dengan memberikan uang sepuluh juta. Scene ini menunjukkan adanya tanda mitos yakni “Ada mitos yang mengatakan bahwa bagi-bagi rezeki kepada orang yang membutuhkan atau orang lain akan memberikan keberuntungan kepada si pemberi. Selain itu, ada juga yang mengatakan bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan, dan berbagi rezeki bukan berarti mengurangi rezeki itu sendiri”.

Peneliti sudah membedah hasil analisis semiotika Roland Barthes pada *channel youtube @ReybenEntertainment* yang berjudul *Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali di atas*. Hal ini, terdapat delapan *scene* yang memiliki makna denotasi, konotasi dan mitos yakni:

1. Scene 1-2

Detik 0:27-1:18

- a) Denotasi: Seorang wanita sedang duduk dan tersenyum yang sedang opening waktunya jajan di dalam mobil kemudian keluar dari mobil menunjuk penjual pedagang gulali
- b) Konotasi: Pesan tentang ketika seseorang memiliki semangat dan ketekunan, usaha yang dianggap sepelepun dapat menghasilkan hasil yang memuaskan. Dari kalimat waktunya jajan bukan sekedar pengantar atau opening semata, akan tetapi melambangkan semangat untuk mencapai tujuan meskipun diluar kebiasaan atau diwaktu yang tidak biasa.
- c) Mitos: Pada umumnya seorang anak meminta jajan kesukaannya kepada seorang ibu, dan ketika tidak diberikan anak tersebut akan menangis

2. Scene 3-4

Detik 1:19-4:21

- a) Denotasi: Seorang bapak berbaju warna kuning duduk bersama anak laki-lakinya yang sedang menunggu pembeli datang dan datanglah seorang wanita memakai baju bercorak hitam, pink dan berambut pirang untuk membeli gulali

- b) Konotasi: Seorang wanita yang bangga kepada anak kecil dalam bekerja untuk membantu orang tuanya. Hal ini menunjukkan anak kecil tersebut memiliki jiwa mandiri dan potensi menjadi orang yang sukses dimasa depan dengan membentuk kebiasaan yang positif dan disiplin
- c) Mitos: setiap anak yang dapat berbisnis pasti cerdas atau memiliki bakat yang luar biasa, padahal kemampuan berbisnis juga bisa berasal dari lingkungan, pendidikan dan kesempatan kepada orang tua untuk anak tersebut.

3. Scene 5-6

Detik 10.45-11.49

- a) Denotatif: seorang anak laki-laki yang sedang membantu orang tuanya berjualan gulali di sebuah stand kecil. Anak laki-laki tersebut tampak serius dalam melayani pembeli
- b) Konotasi: Pesan ini menunjukkan nilai sosial yang mendalam seperti kepekaan, kemanusiaan, empati, rasa kekeluargaan dan dihargai terhadap kerja keras. Hal ini menggambarkan bagaimana anak tersebut dapat bergerak oleh situasi orang lain dan berinisiatif untuk membantu
- c) Mitos: Orang tua akan bangga ketika anak kecilnya sudah bisa membantu mencari uang. Tetapi, tidak semua orang tua bangga dan senang melihat anaknya masih kecil sudah bisa membantu orang tuannya. Bahkan dalam konteks budaya, anak bekerja membantu keluarga sejak usia muda dianggap normal bahkan dihargai

4. Scene 7-8

Detik 15:13-16:02

- a) Denotatif: Wanita berambut pirang sedang membeli gulali dan memberikan harga satuan gulali sebesar harga satu juta dengan membeli sepuluh gulali
- b) Konotasi: Pesan tentang kebaikan dan kepedulian seorang wanita yang membantu pedagang gulali. Dengan uang tersebut sangat bermanfaat untuk menyambung hidup si pedagang gulali dan untuk membayar uang sekolah anaknya.
- c) Mitos: Bagi-bagi rezeki kepada orang yang membutuhkan atau orang lain akan memberikan keberuntungan kepada si pemberi. Selain itu, ada juga yang mengatakan bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan, dan berbagi rezeki bukan berarti mengurangi rezeki itu sendiri atau makin menjadi miskin

D. Pembahasan Denotasi, Konotasi, Mitos dan *Personal Branding* dalam Channel Youtube @ReybenEntertainment Yang Berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali

Vlog merupakan jenis video yang berisi rekaman profil seseorang, aktivitas sehari-hari, pengalaman-pengalaman atau video lainnya. Video jenis ini banyak beredar di media sosial seperti pada situs video *hosting* (youtube), google video, Metacafe, myspace dan sebagainya.⁸¹ Salah satunya video Rey Utami di *channel*

⁸¹ Laksamana Media, *Youtube & google video; Membuat, Mengedit dan Upload Video*, (Yogyakarta: MediaKom, 2009), hlm. 10

youtube nya yang kontroversi, yang memiliki tujuh tema yaitu DiaRey, waktunya jajan, the reyben unlocked, ngobrol penting, rey chef, horni, reyben music maka peneliti mengambil satu tema waktunya jajan dengan judul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali.

Video tersebut tayang di *youtube* pada tanggal 14 September 2023, video yang berdurasi sembilan belas menit empat puluh delapan detik menceritakan tentang Rey Utami yang membeli jajanan dipinggir jalan dari anak seorang penjual gulali yang bernama Syahril. Video tersebut menunjukkan emosional (menangis) Rey Utami saat bertemu Syahril saat ia menanyakan tentang aktivitas keseharian Syahril yang menurut Rey Utami sangat terharu dan bangga melihat anak seusia Syahril harus bekerja membantu orang tuanya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Cerita vlog ini diartikan tentang kebaikan dan kepedulian Rey Utami kepada anak penjual gulali, cerita ini juga menunjukkan bahwa ia memiliki hati yang baik dan peduli terhadap orang lain, terutama anak kecil. Selain itu, video vlog ini juga dapat diartikan sebagai cerita tentang pentingnya kerja keras dan mandiri. Anak laki-laki yang sedang jualan gulali dapat bagi anak-anak lainnya untuk bekerja keras dan mandiri dalam mencapai tujuan mereka. Cerita ini dapat memberikan inspirasi bagi penonton untuk menjadi orang yang baik dan peduli terhadap orang lain.

Sinematografi dapat menjadi aspek penting dalam video vlog *youtube*, tergantung pada tujuannya dan gaya vlog yang ingin disampaikan. Sinematografi adalah *cinematographie* yang berasal dari *cinema* + *tho* = *phytos* (cahaya) + *graphie* = *grhap* (tulisan = gambar = citra). Maka, sinematografi yaitu melukis

dengan cahaya, istilah sinematografi memiliki tiga aspek secara umum diantaranya film, kamera dan framing serta kontinuitas waktu.⁸² Akan tetapi, perlu diingat bahwa sinematografi tidak harus menjadi prioritas utama dalam video vlog *youtube*, yang lebih penting yakni konten dan cerita yang disampaikan. Jika konten dan cerita yang disampaikan sudah baik maka sinematografi dapat menjadi aspek yang memperkuat dan meningkatkan kualitas video vlog. Dalam kasus video vlog Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali, sinematografi yang digunakan relatif sederhana, tetapi efektif dalam menyampaikan cerita dan emosi. Pengguna *close up*, *long shot*, *wide shot* dan *cutaway* dapat membantu penonton merasa lebih dekat dengan subjek yang cerita yang disampaikan. Teknik pengambilan kamera dalam vlog ini paling banyak digunakan yaitu *medium shot* yakni didefinisikan sebagai *intermediate shot* karena terletak antara *long shot* dan *close shot*, pengambilan kamera dari batas lutut keatas atau sedikit dibawah pinggang. Dimana kamera akan cukup dekat untuk merekam dengan jelas gerak-gerik, ekspresi wajah mereka.

Dalam pemilihan warna di video vlog Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali peneliti dapat menggambarkan tentang beberapa hal diantaranya pertama, kebahagiaan dan kesenangan seperti warna-warna cerah kuning, merah dan hijau yang digunakan dalam video vlog dapat menggambarkan kebahagiaan dan kesenangan Rey Utami saat berinteraksi dengan Syahril penjual gulali. Kedua, warna putih yang menggambarkan kemurnian dan kesederhanaan Syahril penjual gulali yang masih kecil dan belum terkontaminasi oleh kehidupan yang kompleks. Ketiga, warna-warna lembut seperti biru dan ungu menggambarkan kepedulian dan

⁸² Rusman Latief, *Jurnalistik Sinematografi*, (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 67

kebaikan Rey Utami terhadap Syahril. Keempat, warna netral seperti abu-abu dan coklat menggambarkan kehidupan sehari-hari Syahril yang masih kecil dan belum memiliki banyak pengalaman.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa video tersebut memiliki makna yang terkait dengan nilai sosial dan budaya. Pertama, makna penanda atau *signifier* dalam video tersebut adalah gambar-gambar yang ditampilkan seperti seorang wanita yang sedang duduk didalam mobil, seorang bapak berbaju kuning dan anak laki-laki yang sedang menjaga dagangan gulali. Makna petanda atau *signified* dari penanda tersebut adalah konsep general dimana makna tersebut diberikan kepada suatu simbol yang berkaitan dengan nilai sosial dan budaya yang ada dalam masyarakat seperti kerja keras, kepedulian terhadap sesama dan kebaikan.

Kedua, tatanan pertama makna denotatif dalam video tersebut yaitu berkaitan dengan objek-objek yang ditampilkan seperti mobil, baju dan gulali. Poin-poin yang peneliti dapatkan dimana Rey Utami sedang menangis dan Syahril sedang berjualan gulali, video ini memperlihatkan interaksi antara mereka dan emosi yang diungkapkan oleh Rey Utami, maka makna konotatifnya yakni kebaikan, empati dan inspirasi. Jadi denotasi yang muncul yaitu memperlihatkan interaksi mereka dan emosi yang diungkapkan Rey Utami yang mendukung terciptanya sebuah makna pesan.

Ketiga, tatanan kedua makna konotatif merupakan tatanan pemikiran Barthes yang memiliki makna yang terkandung dalam tanda-tanda tersirat. Oleh karena itu, makna konotasi memiliki makna yang subjektif atau intersubjektif. Dalam video

vlog Rey Utami peneliti melihat poin-poin penting dalam tatanan konotatif yaitu seorang perempuan yang terinspirasi dan bangga dengan anak kecil yang sudah bekerja keras membantu orang tuanya, peneliti melihat bahwa video Rey Utami memiliki makna konotatif rasa empati, kasih sayang, rasa syukur, kerendahan hati dan kesadaran sosial itu yang muncul dalam konotasi.

Ketiga, mitos dalam video tersebut adalah makna yang berkaitan dengan keyakinan-keyakinan yang ada di lingkungan masyarakat seperti keyakinan bahwa anak kecil yang dapat berbisnis pasti cerdas atau memiliki bakat yang luar biasa. Akan tetapi, peneliti melihat bahwa keyakinan ini tidak selalu benar dan tidak salah, karena kemampuan berbisnis juga bisa berasal dari lingkungan, pendidikan dan kesempatan.

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat delapan scene makna denotatif, konotatif dan mitos. Makna denotatif pada penelitian ini menunjukkan informasi yang tersurat pada gambar video tersebut. Sedangkan makna konotasi menunjukkan makna tersirat dari gambar video tersebut yang muncul pada pemikiran peneliti setelah mengamati video Rey Utami. Mitos adalah metode untuk membongkar kebudayaan yang melekat pada masyarakat baik negatif atau positif. Hal ini, semiotika bukan hanya meneliti tentang penanda atau petanda melainkan tentang hubungan mengikat mereka secara keseluruhan.

Video vlog ini yang berjudul tentang Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali memberikan pandangan yang baru bagi peneliti untuk membedah video ini, karena belum ada peneliti yang membahas tentang analisis semiotika Roland Barthes dalam video bagi-bagi rezeki melalui *youtube* yang berkaitan

dengan *personal branding*. Setelah di analisa dan mendapatkan hasilnya dalam video ini peneliti melihat bahwa memiliki makna kepedulian sesama manusia, empati, kesadaran sosial, penghargaan terhadap profesi, kerja keras. Meskipun konten bagi-bagi rezeki sudah biasa di budaya Indonesia tetapi, peneliti ingin melihat pembaruan terbaru dalam pandangan semiotika Roland Barthes terkait dengan *personal branding* untuk skripsi yang akan di analisis agar berbeda dengan penelitian lain.

Peneliti menganalisis *personal branding* Rey Utami yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali pada unggahan video dalam *channel youtube* @ReybenEntertainment. Yang mana sebelumnya sudah dikaji dalam analisis semiotika Roland Barthes. Berikut ini analisis *personal branding* sebelas kreteria oleh Hubert K. Rampersad:

A. Keautentikan

Keautentikan yaitu menjadi diri sendiri. Seseorang yang menjadi *CEO* (*Chief Executive Officer*) *brand* harus membangun kepribadian yang dapat mencerminkan karakter, perilaku, nilai, serta visi diri orang tersebut. *Personal branding* yang dibangun harus selaras dengan perilaku sehari-harinya maupun kepribadiannya. *Personal Branding* yang tidak sesuai dengan perilaku sehari-hari atau menjadi *brand* yang tidak jujur tidak akan terbentuk *personal branding* yang baik. Rey Utami dalam *channel youtube* pribadinya melakukan kegiatan kesehariannya yang mewakili perilaku kesehariannya dan tidak meniru gaya orang lain seseuai dengan karakter ia sendiri. Citra yang diapresiasi dalam *channel youtube* pribadinya yakni

@ReybenEntertainment yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali, Rey Utami terlihat menangis dan emosional saat berinteraksi dengan Syahril.

Video tersebut mungkin terlihat seperti reaksi yang dramatis atau dibuat-buat. Akan tetapi, jika dicermati dan dilihat lebih dekat peneliti dapat menganalisis keaslian *personal branding* Rey Utami dalam video ini seperti momen tanpa naskah yang menambah keaslian situasi, reaksi dan respon tidak dilatih dan tidak dipentaskan yang membuatnya lebih meyakinkan dan relevan bagi penontonnya. Seperti *Scene 5-6* detik 9:50-10:18 “*tadi malam-malam anak saya pengen gulali, mami pengen gulali, pengen gulali ternyata ada tukang gulali (menangis), ih bapak, karena bapak bawak anak, jadi saya ingat anak saya*”. Merek pribadi Rey Utami dibangun atas kebaikan dan empati, peneliti melihat bahwa tingkat keaslian yang tinggi, emosinya yang tulus dan momen yang tidak direncanakan semuanya berkontribusi pada keaslian yang kuat. Yang terpenting untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas kepada audiens.

B. Integritas

Integritas yaitu seseorang harus berpedoman moral dan menciptakan perilaku yang baik untuk mencapai keinginan pribadinya. Artinya, integritas ini sebagai landasan utama dalam mengembangkan organisasi ataupun perusahaan yang baik. Peneliti melihat dan menganalisa video Rey Utami yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali, memiliki integritas atau berpedoman moral dan menciptakan perilaku yang baik kepada

Syahril penjual gulali. Dalam video tersebut Rey Utami mau membantu dagangan Syahril dengan memberikan harga satu gulali satu juta. Seperti video scene 5-6 detik 14:53-15:02 “ *mungkin saya nggak beli semua, tapi buat ngebantu saya mau beli ini satu gulali ini harganya satu juta*”. Hal ini, menjadikan *track record youtube* Rey Utami baik dan memiliki integritas.

C. Konsisten

Konsistensi yaitu harus konsistensi dalam berperilaku. Maka untuk konsisten diperlukan keberanian. Keberanian untuk melakukan hal yang baik secara terus menerus hingga orang lain mengandalkan dan berpegang pada kita. Dalam konteks video *youtube* yang berjudul Rey Utami nangis!! JajaninSyahril Penjual Gulali peneliti melihat bahwa Rey Utami sudah melakukan *personal branding* dari Hubert K. Rampersad yaitu konsisten. Dimana dalam video tersebut Rey Utami secara konsisten menunjukkan sikap peduli dan empati kepada orang-orang yang ia temui, termasuk Syahril. Maka ini adalah tanda bahwa ia menjaga konsistensi dalam berperilaku dan tindakannya, hal ini penting dalam *personal branding* untuk menciptakan citra yang dapat dipercaya.

Seperti scene 7-8 detik 15:14-16:15 “*saya beli sepuluh gulali aja buat anak saya ya, nanti mudah-mudahan kamu bisa jangan sampai putus sekolah, harus lanjut sampai sma sampai kuliah ya. Oke, salaman dulu dong, sukses yabuat kamu. Ya udah pak aku ini dulu hitung ya, satu juta, dua juta, tiga juta, empat juta, lima juta, enam juta, delapan juta, sembilan juta, sepuluh juta.*

Saya baru kali ini lo pak jajanin orang sampek nangis. Ini pak sepuluh jutanyua tolong diterima”. konsistensi sangat penting karena membantu membangun dan mempertahankan kepercayaan dari publik, yang merupakan salah satu tujuan utama dari *personal branding*.

D. Spesialisasi

Spesialisasi yaitu fokus pada satu bidang spesialisasi. Konsentrasi pada satu bakat talenta dengan keterampilan yang unik. Akan terciptanya generalis karena tanpa satupun keterampilan khusus membuat seseorang tidak spesial, tidak unik, dan tidak berbeda dengan yang lainnya. Peneliti melihat bahwa Rey Utami memiliki Spesialisasi fokus pada satu bidang sebagai konten kreator *youtube* seperti ia dikenal karena kepribadiannya yang emosional dan empatik, yang merupakan aspek unik dari merek pribadi dan fokus pada konten hiburan dan sosial. Kepribadian Rey Utami yang emosional dan empati membedakannya dari konten kreator lainnya, membuatnya unik dan berkesan bagi para penontonnya.

Rey Utami telah membangun citra pribadi yang kuat yang dikaitkandengan nilai-nilai dan kepribadiannya dengan mengkhususkan diri sebagai selebritas yang berempati dan peduli. Spesialisasi ini telah membantunyamembangun basis penggemar yang setia dan telah berkontribusi pada kesuksesannya di industri hiburan. Dalam video tersebut peneliti melihatrespon emosional Rey Utami terhadap kisah Syahril merupakan bukti citra pribadinya dan spesialisasinya sebagai selebritas yang penuh kasih sayang dan

kepedulian. Reaksinya telah menjadi ciri khas citra pribadinya dan telah diterima oleh para penontonnya.

E. Otoritas

Otoritas yaitu seseorang dapat dinilai dan dipandang orang lain sebagai seorang pemimpin yang efektif. Artinya, seorang yang ahli dan dikenal dalam bidang tertentu dengan keahlian yang dimiliki kita bisa menciptakan *personal branding*. Peneliti melihat konsep *personal branding* terdapat dalam video Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali, dimana Rey Utami dikenal sering melakukan tindakan amal atau menunjukkan empati terhadap orang yang membutuhkan, video ini bisa memperkuat otoritasnya dalam hal kedermawaaan. Dengan menangis atau menunjukkan emosinyaa, Rey Utami memperlihatkan bahwa ia memiliki otoritas dalam hal memahami dan merasakan penderitaan orang lain, yang dapat menarik perhatian dan simpati dari penonton.

Rey Utami mungkin memiliki otoritas sebagai seorang selebriti atau influencer. Dalam konteks ini, otoritasnya berasal dari popularitas dan pengaruhnya di media sosial atau di antara para penggemarnya. Jika Rey mengungkapkan dukungan atau bantuan kepada Syahril dalam sebuah video, itu menunjukkan bahwa dia menggunakan otoritasnya untuk memengaruhi atau membantu orang lain. Para pengikutnya mungkin melihat tindakan ini sebagai contoh kebaikan atau kepedulian, yang memperkuat citranya sebagai seseorang yang memiliki otoritas moral atau sosial.

F. Keistimewaan

keistimewaan yaitu harus berbeda dengan yang lain sesuai *personal branding* kita harus diekspresikan dengan unik berbeda dengan yang lain serta memberikan nilai tambah pada orang lain. *Personal branding* harus disampaikan dengan jelas dan singkat agar mudah dipahami oleh orang lain. Peneliti melihat keistimewaan Rey Utami dalam video yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali, terletak pada ekspresi emosional yang autentik (asli, nyata atau jujur), interaksi dengan orang biasa dan pendekatan filantropis atau video ini menunjukkan Rey Utami peran yang lebih peduli dan dermawan dengan niat membantu Syahril dengan membeli dagangannya. Dapat dilihat di *scene* 10-11 detik 15:14-16:15 seorang Rey Utami menangis teringat anaknya yang dirumah dan membeli dagangan Syahril dengan harga sepuluh juta.

Ekspresi emosi Rey Utami yang terbuka dan jujur membuatnya berbeda. Sementara banyak tokoh publik memilih untuk mempertahankan citra tertentu, Rey Utami dengan berani memilih untuk menjadi dirinya sendiri, yang meningkatkan kepercayaan dan hubungan dengan audiensnya. Kualitas unik ini membuat kontennya lebih dari sekadar interaksi biasa, mengubahnya menjadi momen yang dapat menarik perhatian dan simpati pemirsa.

G. Relevan

Relevan yaitu pesan *personal branding* seseorang harus berguna dan dianggap penting oleh orang lain. Pentingnya *personal branding* terletak pada relevansinya dalam memberikan kontribusi yang berguna bagi orang lain,

sehingga pesan yang disampaikan mencerminkan nilai-nilai yang diakui dan diinginkan oleh audiens. Rey Utami sebagai konten kreator *youtuber* peneliti melihat bahwa Rey Utami ingin menunjukkan ia sebagai seorang selebriti, ia bisa menggunakan pengaruhnya untuk melakukan hal-hal positif, seperti membantu mereka yang kurang beruntung seperti video ini. Pesan ini bisa sangat relevan bagi pengikutnya yang mungkin melihat Rey sebagai panutan dalam hal memberikan dampak sosial yang positif. Bisa dilihat dari komentar netizen seperti komentar @Bocahpetanipetani “*ibu ini bukan sekedar konten tapi dia juga membantu orang-orang susah diluar sana sehat-sehat selalu ya bu*”.

Dengan menciptakan hubungan emosional, bersikap autentik, menunjukkan empati dan pengertian, menyampaikan pesan yang relevan dan relevan secara kontekstual, video Rey Utami menunjukkan prinsip relevansi dalam *personal branding*. Kontennya dianggap bernilai, penting, dan relevan bagi audiensnya, yang memperkuat *personal branding* dan pengaruhnya. dapat disimpulkan bahwa Rey Utami telah memenuhi kriteria *personal branding* yakni relevan dari Hubert K. Rampersad.

H. Visibilitas

Visibilitas yaitu pesan harus disampaikan secara berulang-ulang, terus menerus, konsisten hingga dapat dilihat dan tertanam secara jelas dalam benak orang lain. Seperti konten video Rey Utami yang berjudul Rey Utami Nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali dimana awal video Rey Utami selalu membuka opening waktunya jajan, di *scene* pertama detik 0:25-0:27. Peneliti melihat

bahwa Rey Utami terus menerus mengulangi opening video dalam setiap kontennya, dapat disimpulkan bahwa Rey Utami telah memenuhi kriteria *personal branding* visibilitas dari Hubert K. Rampersad.

I. Ketekunan

Ketekunan yaitu *personal branding* harus bertumbuh dan berkembang. Oleh karena itu dibutuhkan waktu yang panjang, penuh dedikasi, pengorbanan, keberanian, perencanaan, dan kesabaran untuk terus melakukannya. Konten waktunya jajan dalam *channel* @ReybenEntertainment ada seratus delapan puluh delapan konten waktunya jajan, dimana Rey Utami sudah mampu menunjukkan ketekunan dengan penuh kesabaran dan perencanaan dalam menonjolkan perilakunya ketika membuat konten waktunya jajan. Meskipun kontennya sempat berhenti dikarenakan Rey Utami sedang dipenjara terlibat kasus ikan asin dan setelah ia keluar dari penjara ia melanjutkan kontennya dengan membuat konten yang bermanfaat dan menginspirasi audiens. Salah satu kontennya yaitu waktunya jajan. Maka, peneliti melihat bahwa Rey Utami sudah tekun dalam membuat konten meskipun banyak cobaan dan kontroversi konten-kontennya. Tetapi, Rey Utami tidak berhenti membuat konten di *youtube* itu yang membuat peneliti melihat bahwa Rey Utami sesuai dengan kriteria *personal branding* yakni ketekunan dari Hubert. K. Rampersad.

J. Perbuatan baik

Goodwill atau perbuatan baik yaitu dikatakan nilai positif dengan perbuatan baik yang dilakukan untuk membentuk *personal branding* atau ketika seseorang sudah diasosiasikan positif oleh orang lain. Seperti konten

video Rey Utami yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali. Peneliti melihat konten tersebut menunjukkan empati dan dermawanan, ia dapat meningkatkan citra positif di mata publik. Perbuatan baik dalam konteks ini merujuk pada bagaimana tindakan baiknya mempengaruhi persepsi orang terhadapnya, membuat lebih dihargai dan diterima oleh masyarakat.

Video ini mungkin menunjukkan bagaimana Rey Utami menggunakan *platformnya* untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat. Jika Rey Utami bisa menginspirasi orang lain untuk berbuat baik atau lebih peduli terhadap sesama, maka hal itu bisa menghasilkan niat baik yang lama. Dampak positif yang dihasilkan dari tindakannya akan meningkatkan reputasi dan citranya. Maka, peneliti menilai Rey Utami sudah melakukan perbuatan baik sesuai dengan kriteria *personal branding* Hubert K. Rampersad.

K. Kinerja

Kinerja adalah elemen paling penting setelah *personal branding* atau seseorang telah dikenal. Jika tidak berbuat dan memperbaiki diri secara terus menerus, *personal branding* hanya menjadi sesuatu yang memalukan. Dalam video Rey Utami yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali, peneliti melihat dan menganalisa bahwa dalam video tersebut memiliki kriteria *personal branding* dari Hubert K. Rampersad yakni kinerja. Dilihat dari *subscriber youtube* Rey Utami yakni 2,33 juta dan *youtubanya* telah diverifikasi yang menunjukkan bahwa saluran *youtube* sebagai saluran yang autentik dan resmi dari seorang kreator, artis dan sebagainya. Selain itu, video tayangan Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali telah ditonton 385

ribu penonton. Hal ini, menunjukkan bahwa Rey Utami sudah dikenal oleh masyarakat dengan konten-kontennya yang menghibur dan menginspirasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti analisis menggunakan teori *personal branding* dari Hubert K. Rampersad yakni terhadap *personal branding* Rey Utami melalui *channel youtube @ReybenEntertainment*, maka kesimpulannya dari pembahasan ini yakni Rey Utami sudah terdapat sebelas kriteria *personal branding* dari Hubert K. Rampersad. Dalam hal ini menurut peneliti sudah baik dalam video Rey Utami yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril penjual gulali, hingga ia dijuluki artis terkaya nomor satu di Indonesia.

Menurut peneliti video yang berjudul Rey Utami nangis!! Jajanin Syahril Penjual Gulali dalam konteks *personal branding* video ini menunjukkan keaslian dari Rey Utami yang merupakan aspek penting dari merek pribadinya. Dengan berbagi reaksi emosionalnya terhadap penjual gulali yakni Syahril, Rey Utami menciptakan rasa keterhubungan dengan penontonnya, membuat mereka merasa lebih terhubung dengannya melalui komentar netizen. Keaslian ini juga berkontribusi pada integritasnya, karena ia tidak takut untuk menunjukkan emosinya yang sebenarnya.

Video tersebut juga menyoroti spesialisasi Rey Utami dalam menyikapi berbagai situasi, termasuk situasi emosional. Spesialisasi ini adalah aspek inti dari merek pribadinya, karena membedakan Rey Utami dari influencer lain dan membuat konten Anda lebih menarik. Selain itu, kombinasi unik antara humor dan kerentanan emosional dalam video membuktikan keunikannya, yang merupakan kriteria penting lainnya untuk merek pribadi. Dengan terus memproduksi konten

yang menarik dan relevan, Rey Utami memperkuat *personal branding*nya dan mempertahankan wibawanya sebagai influencer. Tingginya *engagement* dan jumlah *views* pada video ini juga menunjukkan visibilitas dan kinerja Rey Utami sebagai seorang influencer. Dengan terus memproduksi konten yang sesuai dengan audiens kami, Rey Utami mampu mempertahankan videonya yang kuat dan melibatkan audiens kami secara efektif. Hal ini keramahannya mampu menghadirkan kegembiraan dan hiburan bagi penontonnya. Secara keseluruhan, video ini secara efektif mewakili merek pribadi Rey Utami dengan menekankan kepercayaan, profesionalisme, dan pencapaiannya sekaligus menunjukkan otoritas, validitas, dan kebaikannya.

Maka kesimpulannya menurut peneliti setelah melakukan analisa *personal branding* Rey Utami dalam *channel youtube* @ReybenEntertainment dalam interpretasi dan analisis data ini, peneliti menemukan bahwa Rey Utami sosok penggemar kuliner dan kepribadian yang menyenangkan dan suka bermain dan telah menerapkan konsep *personal* Hubert K. Rampersad dengan baik di media sosial *youtube* nya. Di dalam *youtubena*, Rey Utami menampilkan dan mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang artis terkaya dengan banyaknya usahabisnis kulinernya yang memiliki ciri tersendiri seperti slogan waktunya jajan, jajangak jajan, gak jajan ga

seru.