

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* NESSIE JUDGE PADA YOUTUBE CHANNEL EPISODE NERROR

Devina Monica Ardi¹, Mely Eka Karina²

^aProgram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu

^bdevinamonica22@gmail.com

INFO ARTIKEL

Keywords

Personal Branding, Channel Youtube, Strategi

ABSTRAK

Media sosial merupakan merupakan situs web yang digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi konten dengan orang lain. Platform pada Facebook, Instagram, Twitter, youtube, dan lainnya sebagainya yang menawarkan fitur seperti posting status, mengupload foto dan video, dan mengikuti akun lain. Youtube merupakan sebuah platform dimana memungkinkan untuk dapat mengunggah serta menyebarkan video. Youtube juga telah menjadi kenyataan yg terkenal diseluruh dunia. Banyak Masyarakat Indonesia yang menggunakan youtube sebagai wadah dalam membangun Personal branding Salah satu content creator yang terkenal di youtube merupakan Nessie Judge. Nama Nessie Judge sepertinya selalu menjadi daya tarik utama para penggemar konten horor. Akun channel Youtube bernama Nessie Judge merupakan salah satu contoh dari Personal branding yang menarik. Melalui channel ini, Nessie Judge menyajikan konten yang berkualitas dan menarik bagi para penontonnya. Dia menyajikan video cerita tentang konspirasi dan horor dimana sangat menarik untuk ditonton bagi pecinta konten-konten mistis. Penelitian ini menggunakan Teori 8 konsep pembentukan personal branding, yang menggunakan metode penelitian analisis deksriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 8 konsep pembentukan personal branding nessie judge termasuk kedalamnya, sehingga nessie judge dikatakan berhasil mementuk brandingnya pada channel youtube terkhusus pada channel Nerror (Nessie judge Horor)

1. Pendahuluan

Sebuah perkembangan teknologi di era digital saat ini yang dapat diakses oleh semua pengguna media sosial dengan cepat. Michael Cross (2013) berpendapat bahwa media sosial merupakan istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang digunakan untuk melibatkan orang untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi melalui konten berita berbasis web. Seiring Internet terus berkembang, begitu pula berbagai teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna. Hal ini membuat Social Media 14 lebih seperti hypernym daripada referensi khusus untuk penggunaan atau model yang berbeda (Siti Astri, 2015).

Media sosial merupakan sumber masalah terbesar ketika orang membiarkan rasa ingin tahunya menjadi liar. Salah satunya merupakan media YouTube. Youtube merupakan platform yang memungkinkan untuk mengunggah dan berbagi video. Youtube juga telah menjadi fakta yang dikenal di seluruh dunia. YouTube telah

menjadi salah satu platform paling populer untuk menonton video saat ini. YouTube benar-benar telah menjadi cara hidup baru. Hampir setiap orang memiliki akun YouTube dan aktif menggunakannya (Istiani & Islamy, 2020). Menurut hasil laporan tahunan yang dipublikasikan di situs <http://wearesocial.sg>, YouTube menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada awal tahun 2019 dengan pangsa 88 persen. Youtube adalah layanan berbagi video terbesar dan paling banyak dikunjungi. Youtube cocok untuk pengguna internet yang tidak punya banyak waktu untuk membaca dan ingin memahami sesuatu dari apa yang mereka lihat dan dengar. Banyak orang Indonesia menggunakan YouTube sebagai platform untuk membangun merek pribadi mereka dengan membuat konten menarik seperti vlog, musik, film pendek, perjalanan, dll. Di era persaingan saat ini, semakin banyak orang berbagi keahlian yang sama. Oleh karena itu perlu membangun personal branding untuk menampilkan kompetensi diri sendiri dengan cara yang membuatnya lebih menonjol dari kompetensi orang lain. Karena perkembangan personal brand dan kemampuannya meningkatkan nilai jual tersendiri . Hal ini dapat terjadi karena self level seseorang dijadikan acuan dalam mengembangkan sesuai potensinya (Amalia & Satvikadewi, 2020).

Dalam bukunya *The Master Book of Personal Branding*, Farco Siswiyanto Raharjo mendefinisikan personal branding sebagai cara untuk mengontrol bagaimana orang lain memandang orang tersebut. Penjelasan lain menyebutkan bahwa personal branding mengacu pada proses pembentukan persepsi publik atau masyarakat terhadap sesuatu yang dimiliki oleh seseorang. Personal branding di media sosial sangat menentukan (positioning, diferensiasi, branding). (positioning, diferensiasi, branding) merupakan satu kesatuan yang saling mendukung personal branding. Posisi adalah identitas yang jelas yang ingin Anda sampaikan kepada orang lain tentang diri Anda. Positioning menjadi jelas ketika diperkuat oleh keunikan dan diferensiasi seseorang yang kuat. (positioning, diferensiasi, branding) adalah identitas seseorang yang berlabuh di benak orang lain dan menjadi cermin citra diri profesional mereka. (Afrilia, 2018).



Gambar 1. Profil youtube nessie judge
Sumber : Nessie Judge – YouTube

Salah satu pembuat konten paling terkenal di YouTube adalah Nessie Judge. Nama Nessie Judge sepertinya selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggemar konten horor. Pasalnya, sebagian perempuan yang menjadi YouTuber cenderung menjadi beauty blogger, lifestyle blogger, dll. Namun berbeda dengan perempuan kelahiran 1993 ini, ia kerap membuat konten horor, konspirasi, dan konten tematik lainnya. Akun saluran YouTube Nessie Judge memiliki lebih dari 9 juta pelanggan. Diawal karirnya sebagai Youtuber pada tanggal 25 Juli 2012, membuat konten yang mengusung travel vlog saat dirinya tinggal di Eropa. Conten yang diupload di akun channel youtubnya tentunya mengangkat topik hangat yang dibicarakan dunia. Setelah peneliti menonton video channel youtube nessie judge Personal branding yang dibentuknya dengan memberikan informasi kepada penontonnya melalui narasi cerita yang ditayangkan. Menurut data yang bersumber dari laporan Social Blade, terdapat top 100 youtubers di Indonesia hingga 2023, Nessie judge masuk dalam peringkat 48, hal tersebut merupakan pencapaian yang cukup baik.

Nessie judge menjadi daya tarik bagi penonton horor. Karena berbeda dengan Wanita-wanita lainnya yang membuat konten beauty blogger, lifestyle, namun berdeda dengan nessie judge yang selalu mengunggah konten bertema Seram,horror,konspirasi, dan lainnya pada channel youtubnya, kadang nessie judge juga mengikuti sebuah kasus dan mengunggahnya di channel youtube miliknya. Nessie Judge memiliki 9 juta lebih subscribers di akun channel youtubnya .

Pada tahun 2017 nessie judge membuat video horor pertama pada akun channel youtubnya yang diberi nama Nerror, video pertama pada episode neror ini berjudul “Chat History Indonesia terseram : MAMA!!”. Nerror merupakan konten yang berisi tentang cerita horor. Nessie judge mengupload video horor pada akun channel youtubnya setiap hari Kamis atau malam Jumat. Pada video horor yang diuploadnya tentunya sangat menarik dan tak jarang selalu hangat dalam perbincangan internasional. Nessie Judge mengupas misteri-misteri yang ada melalui video youtubnya, yang kemudian hal itu dapat membangun Personal branding nessie judge, karena nessie judge memiliki gaya bahasanya sendiri dalam menyampaikan cerita-cerita horor dan misteri pada akun channel youtubnya. Dalam menceritakan dan mengupas cerita horor nessie judge menceritakan dengan detail dan spesifik, sehingga penonton channel

youtubanya sangat tertarik dan dapat menerima sensasi menegangkan serta menakutkan.

Pada tahun 2017 nessie judge membuat video horo pertama pada akun channel youtubanya yang diberi nama Nerror, video pertama pada episode neror ini berjudul “Chat History Indonesia terseram : MAMA!!”. Nerror merupakan konten yang berisi tentang cerita horror. Nessie judge mengupload video horror pada akun channel youtubanya setiap hari kamis atau malam jumat. Pada video horror yang diuploadnya tentunya sangat menarik dan tak jarang selalu hangat dalam perbincangan internasional. Nessie Judge mengupas misteri-misteri yang ada melalui video youtubanya, yang kemudian hal itu dapat membangun Personal branding nessie judge, karena nessie judge memiliki gaya bahasanya sendiri dalam menyampaikan cerita-cerita horror dan misteri pada akun channel youtubanya. Dalam menceritakan dan mengupas cerita horror nessie judge menceritakan dengan detail dan spesifik, sehigga penonton channel youtubanya sangat tertarik dan dapat menerima sensasi menegangkan serta menakutkan.

Nessie judge memulai karirnya di youtube pada 25 juli 2012 dengan membuat konten daily vlog. Conten yang diupload di akun channel youtubanya tentunya mengangkat topik hangat yang dibicarakan dunia. Setelah peneliti menonton video channel youtube nessie judge Personal branding yang dibentuknya dengan memberikan informasi kepada penontonnya melalui narasi cerita yang ditayangkan. Menurut data yang bersumber dari laporan Social Blade, terdapat top 100 youtubers di Indonesia hingga 2023, Nessie judge masuk dalam peringkat 48, hal tersebut merupakan pencapaian yang cukup baik.

Akun channel Youtube bernama Nessie Judge merupakan salah satu contoh dari Personal branding yang menarik. Nessie judge membangun personal brandingnya secara terus menerus dan secara berkala sehingga dapat bertahan hingga saat ini, konten nerror yang mengangkat branding nessie judge sehingga diketahui khalayak ramai, ketika seseorang mendengar namanya pasti akan mengenal dengan konten nessie judge horror (Nerror), Pada framanya nessie judge menyampaikan cerita horror hanya sendiri dengan storytelling, namun cerita-cerita yang disampaikannya terdapat sumber terpercaya dan nessie judge juga sebelumnya telah melakukan penelitian terdalam atas cerita yang akan dia sampaikan. Melalui channel ini, Nessie Judge menyajikan konten yang berkualitas dan menarik bagi para penontonnya. Dia menyajikan video cerita

tentang konspirasi dan horor dimana sangat menarik untuk ditonton bagi pecinta konten-konten mistis. Selain itu, Nessie Judge juga sangat aktif dalam interaksi dengan penontonnya melalui komentar youtube dan akun media sosial lainnya. Hal ini membuat para penonton merasa sangat dekat dengan Nessie Judge dan menjadi sumber informasi untuk cerita yang berbau horor. Akun channel Youtube Nessie Judge menjadi salah konten horror yang berhasil menarik para pengguna youtube untuk menonton kentennya.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi dan triangulasi. Peneliti menggunakan 8 konsep personal branding. Penelitian ini menggunakan referensi RAHMAWATI KEKEYI PUTRI CANTIKA YOUTUBE ACCOUNT SYSTEM 2020 by PERSONAL BRAND

3. Teori

Untuk mengetahui mengenai strategi personal branding pada channel youtube nessie judge episode nerror , peneliti menggunakan metode penelitian dekriptif kualitatif yang bertujuan untuk dapat menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi, dengan menggunakan 8 konsep personal branding.

TEORI PERSONAL BRANDING

Teori personal branding merupakan cara setiap individu untuk secara efektif dan terus-menerus mengelola strategi untuk mempromosikan diri dan mengembangkan serta menjadi perbedaan yang unik dan membentuk citra diri mereka (Dinata dan Aulia, 2022). Peter Montoya menjelaskan tentang konsep dasar personal branding (Dharmasetiawan, 2018) yaitu:

- 1) Spesialisasi, yaitu kualitas atau disebut juga dengan fokus pada keahlian tertentu.
- 2) Kepemimpinan, ketika seseorang memiliki kekuasaan atau kredibilitas, mereka mampu mengangkat seseorang sebagai pemimpin.
- 3) Personality, merek harus berdasarkan kepribadian apa adanya. Tidak harus sempurna, tapi harus bagus.
- 4) Diferensiasi, yaitu. sesuatu yang ditampilkan berbeda dari pesaing.
- 5) Continuity, yaitu harus konsisten dengan apa yang menjadi brand tersebut.

- 6) Konsistensi, yaitu visi tentang bagaimana citra yang ingin ditanamkan dan dimunculkan, serta harus memperhatikan akhlak dan sikap.
- 7) Tekad untuk berkembang sekaligus menciptakan personal branding tentu membutuhkan waktu dan langkah. Oleh karena itu, harus tetap teguh dan tidak mengubah merek yang sudah mapan.
- 8) Nama baik, dimana hasil yang dicapai lebih baik dan bertahan lebih lama, ketika pegawai bawahannya dipersepsikan dengan nilai-nilai positif dan diakui secara umum (Kurniawan dan Gabriella, 2020).

4. Temuan dan Pembahasan

Nessie judge merupakan konten creator yang membangun personal branding diyoutube, dengan sering mengunggah video pada channel youtubanya setiap minggu, terkhusus pada konten nerror setiap hari jumat, konten nerror sering memasuki trending pada youtube maka dari itu konten nerrors sering memiliki view yang banyak dari ratusan ribu hingga jutaan penonton. Nama nessie judge dikenal diyoutube setelah mengupload konten horror berjudul “Chat History Indonesia terseram : MAMA!!”, demikian personal branding nessie judge terbentuk menjadi creator cerita horror yang sebelumnya hanya mengupload kesehariannya yaitu daily day vlog. Nessie judge membentuk brandingnya hingga 11 tahun, yaitu 2012 hingga 2023 saat ini, komunikasi nessie judge terjalin dengan baik oleh penggemarnya dapat terlihat dari komentar setiap konten youtube channelnya, untuk membahas lebih dalam bagaimana nessie judge melakukan komunikasinya hingga terbentuk personal branding yang akan dianalisis dengan menggunakan 8 konsep personal branding yang menggambarkan komunikasi sebagai berikut :

1) Spesialisasi

Ciri khas dari nessie judge sebagai konten creator horror merupakan, nessie judge memiliki konten nerro (nessie judge horror) dengan penontonnya disebut nerrorist, yang kemudian pada setiap framenya diletakkan icon-icon penegas pada framenya, nessie judge juga memiliki ciri khas seperti gestur, nada bicara,dan mimik muka, saat menyampaikan cerita pada framenya sehingga penonton dapat mengikuti cerita dengan jelas dan terbawa kedalam alur cerita.

2) Kepemimpinan

Pada konten nessie judge Chat History INDONESIA TERSERAM: MAMA!! | #NERROR, disana nessie judge berkata “kita akan baca chatnya bareng-bareng 1,2,3” hal tersebut dilakukan oleh penontonnya saat chat yang ditampilkan nessie judge pada framenya, sehingga dapat dikatakan nessie judge memiliki kendali atas kontennya.

3) Kepribadian

Personal branding yang dimiliki nessie judge pada channel youtubanya episode nerror, menampilkan bahwa nessie judge terlihat serius, misterius, menampilkan ceritanya dengan analisis secara mendalam, dan berhasil menyampaikan kesan horror kepada penontonnya. Nessie judge juga membentuk personal brandingnya dengan menjadi kepribadian yang hanble yang humble dapat dilihat dari komentar youtubanya.

4) Perbedaan

Konten-konten yang ditampilkan oleh nessie judge tidak jauh beda dengan konten creator horror lainnya, namun nessie judge membungkus ceritanya sedikit berbeda dengan gaya Bahasa, mimic wajah, intonasi, gestur. Dan pada channel youtubanya sering di iringi music yang menegangkan serta sesuai ritme yang disampaikan pada frame, nessie judge juga sering menggunakan make up serba hitam dan menggunakan baju berwarna hitam, selain itu pada opening konten nessie melakukan sapaan kepada penontonnya dengan kalimat “ its nessie and welcome to nerror”.

5) Konsistensi

Nessie judge memiliki personal branding dapat dikatakan konsisten pada channel youtubanya karena setiap minggu nessie judge selalu mengupload kontennya setiap minggu, terutama nerror yang diupload setiap jumaat, hingga saat ini nessie judge sudah mengupload 988 videos, video nessie judge juga sering tranding di youtube terutama konten nerror, hal tersebut membuat nessie judge terus bertahan dan pamor di youtube.

6) Kesatuan

Nessie judge memiliki etika dan moral yang baik. Terlihat pada interaksi nessie dengan penontonnya diyoutube, selain itu tutur kata nessie judge pada setiap frame kontennya. Seperti mengucapkan “Terimakasih yang sudah request” kepada viewers channel youtubanya. Dan selalu menyapa penontonnya dengan ramah dan hangat.

7) Keteguhan

Personal branding yang dibentuk nessie judge dari dulu berhasil dipertahankannya selama 11 tahun, walaupun nessie judge pernah disomasi karena kesalahan dalam meletakkan gambar pada framenya, itu tidak membuat nessie judge berhenti merintis karirnya di youtube, bahkan hingga sekarang nessie judge masih terus mengunggah konten youtubanya.

8) Nama baik

Konten nessie judge “Kasus viral kkn didesa penari (rangkuman semua versi)” berhasil mengangkat nama nessie judge karena video tersebut trending dengan 22 juta subscriber, walaupun nessie judge disomasi akibat video tersebut namun nessie berhasil menyelesaikannya secara baik dan meminta maaf, sehingga hal tersebut nilai nama baik nessie judge

5. Penutup

Nessie judge merupakan seorang *conten creator* yang membangun *personal brandingnya* di youtube, dengan konten-konten horrornya yang sering kali masuk trending karena pembahasannya yang menarik, hampir setiap pengguna youtube mengenal nessie judge karena konten-konten horrornya yang sering disebut Nerror (nessie judge horror). *Personal branding* yang dibangun nessie judge tersebut dapat meningkatkan jumlah subscriber youtubanya secara berkala hingga saat ini. Dengan keunikan dan ciri khas yang dimiliki nessie judge membuat dirinya memiliki brand pada konten youtubanya. Banyak sekali viewers yang sering meminta nessie judge untuk mengunggah konten-konten horror yang dapat dilihat pada komentar youtubanya, hal tersebut menunjukkan bahwa nessie judge memang memiliki brand atas dirinya sendiri. *Personal branding* yang dibangun nessie judge hingga saat ini merupakan pencapaian yang luar biasa karena dapat terus konsisten walupun sudah merintis karirnya selama 11 tahun tidak membuat dirinya berhenti mengunggah dan terus mencari informasi-informasi dan berita menarik untuk di angkat pada channel youtubanya. Dapat dikatakan bahwa nessie judge sudah berhasil membangun brandingnya sendiri pada channel youtubanya melalui nerror.

References

- Afrilia, A. M. (2018). *Personal branding* Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). *Personal branding* Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad). *Representamen*, 6(01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i01.3519>
- Dinata, C., & Aulia, S. (2022). Analisis *Personal branding* Content Creator TikTok @claramonica. *Kiwari*, 1(1), 156. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15672>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>

Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). *Personal branding* sebagai komodifikasi konten pada akun youtube rahmawati kekeyi putri cantika. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(01), 27–45.

Siti Astri. (2015). Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Makassar Terhadap Tayangan Channel Youtube Nessi Judge. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.