

Analisis Faktor Dan Strategi Branding Youtuber Jerome Polin Dalam Mempertahankan Eksistensi

Antonius Felix, Cristianasis, Jennyver Wicaksana Warda, Felix Jonathan, Ferio Nicolass Hadi,
Sandi Suriyanto Putra

Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, 1. Lodan Raya No.2,
RT.12/RW.2, Ancol, DKI Jakarta, 14430, Indonesia

E-mail :

antoniusfelix90@gmail.com

Abstract

The emergence of easily accessible social media platforms has opened significant opportunities for content creators. With over 175.4 million internet users and 160 million active social media users in Indonesia, YouTube stands out as a crucial platform, particularly among the age group of 16 to 64. This study focuses on Jerome Polin, a successful YouTuber, entrepreneur, and influencer, to understand his strategies in maintaining relevance and audience engagement. The main research questions include specific steps taken by Jerome Polin, encompassing content creation, audience interaction, and other aspects contributing to his success. The study also aims to identify and comprehend the branding strategies applied by him, especially regarding brand image, conveyed messages, and relationships with followers. Observation serves as the primary data collection technique, with a detailed analysis of Jerome Polin's YouTube content. Online observation through YouTube allows a direct understanding of the practices and strategies he employs. Jerome Polin's branding strategy emphasizes maintaining the uniqueness of Nihongo Mantappu with the use of the Japanese language, diverse backgrounds, and distinctive phrases. A focus on positive values, goodness, and sincere interactions creates a warm brand environment. The integration of humor and continuous improvement of content quality contributes to an entertaining and informative viewing experience. Jerome Polin's success is rooted in authenticity, goodness, integrity, and performance. Content diversification, periodic evaluations, and responsiveness to audience feedback are key to enhancing his influence and relevance in the dynamic digital landscape.

Keywords: Jerome Polin, YouTuber, Branding Strategy, Educational Content, Viewing Experience.

Abstrak

Kemunculan platform media sosial yang mudah diakses membuka peluang besar bagi para kreator konten. Dengan lebih dari 175,4 juta pengguna internet dan 160 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, YouTube menjadi platform penting, terutama di kalangan usia 16 hingga 64 tahun. Studi ini fokus pada Jerome Polin, seorang YouTuber sukses, pengusaha, dan influencer, untuk memahami strategi-strateginya dalam mempertahankan relevansi dan keterlibatan penontonnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh Jerome Polin dalam mempertahankan kesuksesannya di YouTube. Pertanyaan penelitian utama mencakup langkah-langkah konkret yang diambil Jerome Polin, termasuk penciptaan konten, interaksi dengan penonton, dan aspek lain yang berkontribusi pada kesuksesannya. Studi ini juga bertujuan mengidentifikasi dan memahami strategi branding yang diterapkan olehnya, terutama dalam hal citra merek, pesan yang disampaikan, dan hubungan dengan pengikutnya. Observasi digunakan sebagai teknik utama pengumpulan data, dengan analisis mendetail terhadap konten YouTube milik Jerome Polin. Observasi online melalui YouTube memungkinkan pemahaman langsung terhadap praktik dan strategi yang digunakan olehnya. Strategi branding Jerome menitikberatkan pada menjaga keunikan Nihongo Mantappu dengan bahasa Jepang, latar belakang beragam, dan frasa khas. Fokus pada nilai positif, kebaikan, dan interaksi tulus menciptakan lingkungan merek yang hangat. Integrasi humor dan peningkatan kualitas konten berkontribusi pada pengalaman menonton yang menghibur dan informatif. Kesuksesan Jerome Polin didasarkan pada otentisitas, kebaikan, integritas, dan kinerja. Diversifikasi konten, evaluasi periodik, dan respons terhadap umpan balik penonton menjadi kunci untuk meningkatkan pengaruh dan relevansinya di ranah digital yang dinamis.

Keywords: Jerome Polin, YouTuber, Strategi Branding, Konten Edukasi, Pengalaman Menonton

1. Pendahuluan

Kemunculan berbagai platform media sosial dengan akses yang mudah telah membuka peluang luas bagi para konten kreator. Menurut data Tren Internet dan Media Sosial 2020 di Indonesia, total populasi mencapai 272,1 juta dengan pengguna mobile unik sebanyak 338,2 juta. Lebih dari 175,4 juta orang menggunakan internet, dan sekitar 160 juta aktif di media sosial (Riyanto, 2020). Salah satu platform yang paling diminati adalah Youtube, terutama oleh pengguna media sosial berusia 16 hingga 64 tahun, dengan persentase akses mencapai 88% (Jayani, 2020). Dalam era internet, kebutuhan akan informasi instan telah mengubah cara orang mencari pengetahuan, menciptakan dampak yang signifikan di berbagai sektor, seperti ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan (Felix et al., 2023).

Maraknya konten kreator youtube yang bermunculan disertai dengan kemudahan akses membuat persaingan dalam dunia youtube meningkat. Data terbaru, Youtube mencatat di Indonesia kini ada lebih dari 1.300 channel yang memiliki lebih dari satu juta subscriber dan naik 30% (YoY) sejak tahun 2021. Sedangkan channel dengan subscriber lebih dari 100.000 berjumlah 16.200 atau naik 35% YoY. (Herman, 2022). Menurut Hovland, Jains dan Kelley, komunikasi adalah suatu proses melalui

mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata- kata) dengan tujuan untuk membentuk perilaku orang- orang lainnya (khalayak). (Rud, 2023). Pentingnya strategi pemasaran digital telah terbukti dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan (Felix & Rembulan, 2023a).

Menurut Effendy (2011) strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Melakukan strategi komunikasi yang baik dapat menarik seseorang yang mendengar atau melihat serta mudah dipahami. Strategi komunikasi merupakan salah satu kunci kesuksesan bila dapat diterima oleh sebagian orang atau masyarakat.

Salah satu konten kreator yang menarik untuk dibahas adalah Jerome Polin karena ia mampu mencapai 10,3 juta subscriber (Oktober 2023) dalam waktu \pm 6 tahun. Selain itu, menurut kami Jerome merupakan youtuber yang mengedukasi dan tampilan di youtube nya menarik. Dikatakan mengedukasi karena ketika melihat konten mengenai pengetahuan tersebut dapat menambah wawasan para viewers. Jerome Polin merupakan youtuber, pengusaha sekaligus influencer

asal Surabaya yang melanjutkan pendidikannya di Jepang. Jerome diterima di salah satu universitas di Jepang dengan beasiswa penuh (*fully funded*) yaitu Waseda University pada tahun 2016 dan jurusan yang diambil Jerome adalah Matematika Terapan. Pada tahun 2022 Jerome lulus dengan IP 4.00 serta mendapatkan julukan mahasiswa terbaik. Jerome juga dikenal sebagai youtuber yang memiliki banyak prestasi seperti Pemenang 14th *Japanese Speech Content*, Suginami Association, Juara 3 Olimpiade Matematika 2014, dan masih banyak lagi.

Jerome Polin termasuk salah satu konten kreator yang sukses dalam menarik perhatian dan mudah dipahami dalam berkomunikasi oleh para viewersnya. Jerome Polin merupakan salah satu youtuber yang masih fasih menggunakan bahasa Indonesia walaupun kita tahu bahwa dia merupakan mahasiswa yang sudah lama di Jepang. Selain itu, video-video yang diupload di YouTube nya merupakan video yang mengedukasi, karena konten-konten yang diupload hampir semua adalah konten yang dapat mengedukasi misalnya Belajar Bahasa Jepang, *Battle Matematika*, *Battle* tentang Pengetahuan Umum. Selain konten yang mengedukasi, Jerome juga kerap kali melakukan kolaborasi bersama youtuber-youtuber lainnya, salah satunya yaitu Jessica Jane. Pada konten tersebut mereka

melakukan kolaborasi dengan judul “Challenge Jajan Street Food Rp. 100.000 Di Belakang GI!”. Dalam konten tersebut mereka melakukan challenge dengan menggunakan seragam SD lengkap dengan atributnya. Bisa dikatakan bahwa Jerome dapat menarik viewers nya tidak hanya dengan konten yang mengedukasi tetapi ia juga membuat konten yang fun sehingga yang menjadi viewers tersebut tidak bosan.

Kemudian Jerome juga memiliki personal branding yang bagus dimana dilihat dari konten-konten yang dibuat (*battle matematika*, *battle pengetahuan umum*) bahwa ia merupakan sosok yang memiliki kecerdasan dan kepintaran sehingga orang-orang mengenal dia dengan prestasinya. Dalam membuat YouTube juga perlu adanya konsistensi, namun konsistensi dari setiap youtuber tentunya berbeda-beda. Berbicara tentang Jerome Polin, ia memiliki konsistensi dalam unggahan YouTube nya salah satu yang menjadi konsistensi nya yaitu berbagi pengetahuan dalam setiap videonya mulai dari pengetahuan matematika maupun umum.

Pada masa sekarang ini Jerome kerap kali membagikan video *world trip* nya bersama tiga temannya yang berasal dari Jepang tersebut, dalam video-video *world trip* itu mereka membagikan mengenai budaya-budaya di setiap negara yang

mereka kunjungi dan disetiap negara mereka mendatangi universitas-universitas untuk diceritakan kepada viewersnya tentang bagaimana mahasiswa di universitas itu melakukan pembelajaran, jam berapa mulai kelas setiap hari, dan fasilitas apa saja yang dimiliki universitas tersebut. Tidak hanya itu, terkadang di setiap video *world trip* atau konten lainnya yang Jerome unggah ketika bersama ketiga temannya tersebut, ia kerap kali menerjemahkan kata kata yang diucapkan oleh teman-temannya dalam bahasa jepang ke bahasa indonesia dengan tujuan agar orang yang menonton konten tersebut mengerti dengan apa yang sedang dibicarakan oleh mereka.

Pengikut setia cenderung tertarik pada konten atau informasi yang inovatif, kreatif, dan menarik (Felix & Rembulan, 2023b). Keberhasilan seorang influencer dalam menyediakan materi yang tidak hanya baru dan segar, tetapi juga mampu menarik perhatian dengan pendekatan yang inovatif dan kreatif, dapat menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pengikut. Konten yang disajikan secara dinamis dan menarik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengikut, mendorong keterlibatan mereka, dan memperkuat ikatan emosional antara influencer dan followers-nya. Oleh karena itu, kemampuan seorang influencer untuk

menyampaikan informasi dengan cara yang unik dan menarik merupakan aspek penting dalam strategi membangun dan memelihara kesetiaan pengikut.

Selain berbicara mengenai konsistensi isi dari konten yang diunggah olehnya, graphic dari cover video-videonya juga memiliki kekonsistenan seperti tulisannya dengan font yang besar berwarna kuning dengan capture an thumbnail yang menarik. Jika berbicara mengenai konten yang bermanfaat, bahwa hampir semua konten yang diunggah dalam youtube Nihongo Mantappu adalah konten-konten yang bermanfaat, seperti Battle Matematika hingga saat ini video *world trip*nya juga berisi edukasi pengetahuan tentang budaya dan juga terjemahan bahasa jepang ke indonesia. Sehingga para viewersnya tidak hanya sekedar menonton keseruan mereka di negara negara yang dikunjungi namun para penontonnya tetapi juga mendapatkan pengetahuan umum dari mereka (Waseda Boys).

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami strategi yang diterapkan oleh Jerome Polin dalam mempertahankan eksistensinya sebagai seorang YouTuber yang sukses. Pertanyaan penelitian utama adalah seputar strategi apa yang diadopsinya untuk tetap relevan dan menarik perhatian penontonnya di platform YouTube. Melalui analisis yang mendetail,

penelitian ini akan mengidentifikasi langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh Jerome Polin, baik dari segi konten, interaksi dengan pengikut, maupun aspek lain yang mungkin menjadi kunci kesuksesannya.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dan mengidentifikasi strategi branding yang diterapkan oleh Jerome Polin. Fokus pada aspek branding mencakup elemen-elemen seperti citra merek, pesan yang ingin disampaikan, dan bagaimana ia membangun dan memelihara hubungan dengan pengikutnya. Dengan merinci strategi-strategi ini, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana seorang YouTuber seperti Jerome Polin dapat mencapai tingkat keberhasilan yang signifikan dalam mempertahankan basis pengikutnya di era digital ini.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri *self expression* dan pencitraan diri *self branding*, media, media sosial menggunakan teknologi seluler dan berbasis web untuk menciptakan platform yang sangat interaktif di mana individu dan komunitas mampu berbagi, membuat

bersama, mendiskusikan, dan memodifikasi konten yang dibuat pengguna

Survey We Are Social (Hootsuite, 2020) mengatakan bahwa 150 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial dan dari berbagai media sosial tersebut, YouTube menjadi platform terbanyak yang diakses hingga sampai 88% dari total pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019, disusul oleh WhatsApp, Facebook dan Instagram.

Salah satu tren yang terjadi di kehidupan anak muda serta para generasi milenial adalah *Code Mixing*. *Code Mixing* adalah sebuah tren yang banyak terjadi dikalangan anak muda dengan menggabungkan 2 bahasa. Penggabungan dua bahasa ini, kemudian menarik perhatian lantaran mendorong sudut pandang baru bahwa orang-orang yang bilingual itu keren dan berpendidikan tinggi. Alhasil, banyak masyarakat yang mengikuti kebiasaan tersebut untuk meningkatkan status sosialnya atau sekadar menyesuaikan diri dengan tren (Salwa, 2023).

Dalam youtubeny Jerome menggunakan *trend code mixing* dalam berkomunikasi. Jenis campur kode bahasa yang terjadi pada percakapan YouTube Jerome Polin adalah campur kode luar. Dalam campur kode eksternal terdapat dua bahasa asing yaitu bahasa Inggris dan

bahasa Jepang. Berikut ini penulis akan memaparkan bentuk-bentuk penyisipan campur kode yang terdapat pada konten YouTube Jerome Polin “Nihongo Mantappu.” Berikut Contoh :

"Beli makan pagi di konbini コンビニ (mini market)"

"Hari ini akhirnya kita activity lagi"

"Memakai swim suit yak"

"Tomohiro ganbatte! 頑張っ (be passion) (Salsabila, 2021)

Menurut Butar Butar & Fitrah Ali, 2018 dalam jurnalnya menyebutkan bahwa terdapat 4 karakteristik Personal Branding Rampersad dalam youtube Jerome Polin yaitu :

1. Authenticity (Memiliki Ciri Khas)

Channel Nihongo Mantappu memiliki karakteristik yang khas dalam melakukan personal branding. Kekhasan itu terdapat pada setting pembuatan konten yang mayoritas berlatar tempat dan budaya Jepang, penggunaan bahasa Jepang oleh tokoh-tokoh yang terlibat dalam proses syuting video, penggunaan jargon "Minasan Konnijiwa" sebagai opening serta penggunaan jargon-jargon lain yang khas seperti "mantap jiwa" yang kemudian populer. Hal lain yang menjadi ciri khas channel ini adalah konten-

konten battle ilmu pengetahuan terutama Matematika .

2. Goodwill (Kebaikan)

Dalam setiap konten Nihongo Mantappu, para tokoh yang terlibat dalam syuting selalu berupaya untuk menonjolkan nilai-nilai kebaikan dan pesan yang positif. Misalnya dalam proses syuting, mereka selalu memperlihatkan interaksi persahabatan yang harmonis dan solid. Sehingga, setiap konten yang dibuat memiliki nuansa positif dan secara tidak langsung energi positif itu menyebar pada orang-orang yang menonton konten mereka. Selain itu, pesan-pesan kebaikan dalam video ini juga sering disampaikan melalui percakapan dalam konten atau aksi nyata secara langsung.

3. Integrity (Integritas)

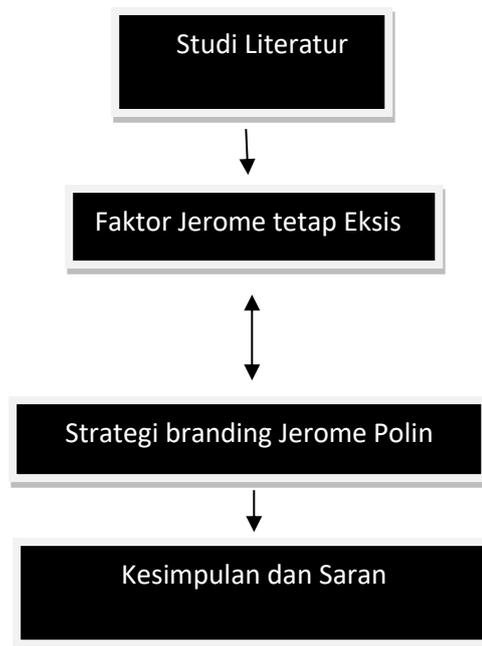
Dalam pernyataannya Jerome Polin pernah mengatakan bahwa, ia bersama teman-temannya selalu berupaya untuk mengutamakan kejujuran dalam memproduksi konten video. Menurut Jerome, akan sangat tidak etis apabila konten yang ia sajikan pada konsumen yang telah meluangkan waktu untuk menikmati konten-konten videonya justru

berupa konten-konten kebohongan dan pembodohan.

4. *Performance* (Kinerja)

Kinerja tim produksi dalam proses editing video konten Youtube channel Nihongo Mantappu memiliki peningkatan kualitas yang progresif. Editing visual yang semakin menarik yang disertai ide-ide humor yang menarik dari para editing, menambah daya tarik konten video. Selain itu, konten-konten video menjadi lebih menghibur dan tidak membosankan. (Maghfiroh, 2020)

Dengan adanya karakteristik tersebut, dinilai menjadi citra positif dan juga strategi bertahan Jerome Polin.



Tabel 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Observasi *Online*

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode observasi sebagai teknik utama pengumpulan data. Observasi merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau subjek penelitian, dengan tujuan untuk memahami perilaku atau keadaan tertentu. Dalam konteks penelitian terhadap konten YouTube milik Jerome Polin, observasi dilakukan secara online melalui platform YouTube.

Proses observasi dilakukan dengan memperhatikan dan mencatat secara sistematis strategi yang digunakan oleh

Jerome Polin dalam kontennya. Pengamatannya mencakup berbagai aspek, seperti cara penyajian, jenis konten yang dibuat (edukatif, kolaborasi, *World Trip*), interaksi dengan penonton, dan upaya mempertahankan konsistensi dalam konten. Pencatatan dilakukan secara rinci untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang metode dan strategi yang diterapkan oleh Jerome Polin.

Data yang dihasilkan dari observasi ini dianggap sebagai sumber utama informasi untuk memahami dinamika konten YouTube Jerome Polin. Keuntungan utama dari metode ini adalah kemampuannya untuk memberikan wawasan langsung terhadap praktik dan strategi yang digunakan oleh YouTuber tersebut. Observasi online melalui platform YouTube memungkinkan peneliti untuk melihat secara real-time bagaimana konten disajikan dan bagaimana interaksi antara YouTuber dan penonton terjadi.

Penting untuk mencatat bahwa metode observasi tidak hanya memberikan gambaran tentang apa yang dilakukan oleh Jerome Polin, tetapi juga menggali alasan di balik tindakan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengandalkan data faktual tetapi juga berusaha memahami konteks dan motivasi di balik keputusan pembuatan konten dan strategi yang diterapkan.

Melalui metode observasi, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menganalisis praktik-praktik terbaik yang dilakukan oleh seorang YouTuber untuk membangun dan mempertahankan audiensnya. Data yang diperoleh dapat menjadi landasan untuk memberikan saran atau rekomendasi terkait strategi konten yang efektif di platform digital.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Faktor - Faktor Jerome Tetap Eksis

Jerome Polin merupakan seorang youtuber sekaligus influencer yang memulai karirnya pada tahun 2017. Sejak saat itu Jerome membuat video pertamanya di youtube yang mengedukasi “bahasa Jepang”. Ia pertama kali membuat video tersebut bersama salah seorang temannya bernama Kevin Sendouw. Video tersebut dibuat dan di upload karena Jerome merasa bahwa masih kurang orang-orang yang membagikan video edukasi mengenai bahasa Jepang di youtube. Saat itu, video tersebut masih belum ditonton oleh masyarakat Indonesia. Kemudian setelah itu Jerome bertekad untuk terus membuat video yang selalu mengedukasi mulai dari pengetahuan umum, matematika sampai bahasa Jepang. Namun setelah di tahun berikutnya, Kevin Sendouw memutuskan

untuk tidak lagi bergabung dengan Jerome dalam membuat video. Tapi, saat itu Jerome juga tidak menghentikan karirnya untuk Nge-youtube. Sejak saat itu, Jerome membuat video dengan membagikan kehidupan sehari-harinya dan keseruannya selama di Jepang.

Terkadang Jerome juga membagikan video kebersamaannya dengan 3 orang temannya asal Jepang. Dengan membuat video challenge maupun membuat video yang mengedukasi seperti battle matematika. Pada Tahun 2021 saat ia berada di Jepang dan masih menjalani kuliah, seringkali juga ia membuat video challenge pengetahuan umum bersama orang-orang yang berada di Indonesia maupun bersama keluarganya (kakak dan adiknya) dengan cara daring.

Pada Tahun 2022, Jerome mengajak ketiga temannya untuk datang ke Indonesia. Jerome berusaha memperkenalkan tentang Indonesia kepada teman-temannya bahkan hingga mengajari mereka berbahasa Indonesia. Selain itu, Jerome juga mengajak mereka untuk berkeliling Indonesia, dengan tujuan memperkenalkan kecantikan dan budaya Indonesia. Kemudian, tak hanya itu Jerome Polin berusaha memanfaatkan waktunya di Indonesia untuk melakukan kolaborasi dengan youtuber lainnya. Kemudian, nama Jerome semakin membooming adalah

ketika ia dan ketiga temannya berkolaborasi bersama salah satu youtuber sekaligus artis Indonesia yaitu Raffi Ahmad. Dimana dalam konten tersebut menayangkan bahwa Jerome dan teman-temannya diundang oleh Raffi Ahmad ke rumahnya, tetapi dalam konten tersebut tidak terdapat hal yang mengedukasi hanya saja Jerome membagikan keseruannya ketika berada di rumah Sultan tersebut. Dari situ lah ia konsisten dalam membuat konten bersama ketiga temannya, namun setelah lulus pada awal tahun 2022, banyak sekali kendala bagi Waseda Boys (julukan Jerome dan ketiga temannya) untuk selalu berkumpul bersama karena mereka menjalani kehidupan mereka masing-masing salah satunya adalah melanjutkan untuk bekerja di Negeri Sakura tersebut.

Seiring berjalannya waktu, setelah melakukan Indonesian *Trip* mereka merencanakan untuk melakukan World *Trip* bersama. Dan tercapai lah rencana tersebut sekarang mereka telah melakukan *World Trip*nya ke berbagai Negara di Asia. Mulai dari India, Thailand, Vietnam, Hong Kong, dan masih banyak lagi. Dalam video *world trip* tersebut mereka melakukan tour setiap universitas di setiap negara yang mereka kunjungi.. Mereka juga membagikan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan mahasiswa dan mengenal sistem pendidikan di negara

tersebut. Konten-konten ini memberikan wawasan baru kepada penonton tentang pendidikan di berbagai negara dan perbedaannya dengan sistem pendidikan di Indonesia. Selain itu, mereka juga mencoba makanan cepat saji seperti McDonald's dan KFC di setiap negara yang mereka kunjungi. Dengan melakukan perbandingan, mereka memberikan pendapat dan review tentang rasa dan perbedaan menu di setiap restoran cepat saji tersebut. Konten ini memberikan perspektif yang menarik bagi penonton tentang variasi makanan cepat saji di berbagai negara. Jerome Polin dan teman-temannya terus berinovasi dalam konten-konten mereka.

Mereka tidak hanya berfokus pada mengedukasi tentang budaya dan bahasa, tetapi juga berusaha untuk memberikan hiburan dan pengalaman seru kepada penonton. Kolaborasi dengan influencer dan tokoh terkenal di berbagai negara juga menjadi salah satu upaya mereka dalam memperluas jangkauan dan dampak dari konten-konten mereka. Dalam perjalanan karirnya, Jerome Polin telah berhasil membangun komunitas penggemar yang loyal dan semakin meningkatkan popularitasnya sebagai seorang YouTuber dan influencer. Dengan terus menghasilkan konten-konten menarik dan bermanfaat, Jerome dan teman-temannya terus

berkontribusi dalam dunia pendidikan dan hiburan di platform YouTube.

4.2 Strategi Branding Jerome Polin

Jerome Polin memperkuat ciri khasnya dengan mempertahankan elemen-elemen unik Nihongo Mantappu, seperti penggunaan bahasa Jepang, latar belakang di berbagai lokasi dan budaya Jepang, serta mempertahankan jargon-jargon yang telah menjadi ciri khas, seperti sapaan "Minasan Konnijiwa" dan ungkapan "mantap jiwa". Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan daya kenal merek pribadinya dan menonjolkan keunikan dalam setiap kontennya.

Selain itu, dalam rangka meningkatkan goodwill atau kebaikan, Jerome Polin menonjolkan nilai-nilai positif dan pesan kebaikan dalam setiap kontennya. Interaksi yang harmonis dan solid antara tim produksi juga menjadi fokus, dengan memastikan bahwa pesan-pesan positif tersebut terwujud melalui dialog atau aksi nyata dalam kontennya.

Jerome Polin konsisten menjaga integritas dalam menyajikan konten yang jujur dan bermutu. Etika yang tinggi diterapkan dalam produksi konten, memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Komunikasi nilai kejujuran menjadi dasar utama dalam

membangun personal branding yang konsisten.

Terus meningkatkan kualitas produksi konten, baik dari segi visual maupun ide-ide kreatif, menjadi strategi Jerome Polin untuk meningkatkan kinerja. Potensi humor yang lebih dalam dieksplorasi dalam proses editing video, sementara kontennya tetap dirancang untuk menghibur dan tidak monoton. Hal ini bertujuan menciptakan pengalaman menonton yang lebih baik dan mempertahankan minat penontonnya. Dengan menggabungkan semua upaya ini, Jerome Polin berhasil mempertahankan eksistensinya sebagai seorang YouTuber yang sukses.

Melalui konsistensi dalam mempertahankan elemen-elemen unik Nihongo Mantappu, Jerome Polin berhasil menciptakan identitas yang mudah dikenali oleh pengikutnya. Penggunaan bahasa Jepang, latar belakang yang beragam di berbagai lokasi dan budaya Jepang, serta pemertahanan jargon-jargon khas menciptakan pengalaman yang autentik bagi penontonnya. Ini tidak hanya menjadi sekadar strategi branding, tetapi juga menjadi fondasi untuk terciptanya ikatan emosional antara Jerome dan pengikutnya.

Selain itu, fokus pada pesan positif dan nilai-nilai kebaikan tidak hanya menciptakan goodwill, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat

antara Jerome Polin, tim produksinya, dan pengikutnya. Interaksi harmonis ini tercermin dalam dialog dan aksi nyata dalam kontennya, menciptakan lingkungan di sekitar merek pribadinya yang penuh kehangatan dan dukungan.

Jerome Polin tidak hanya mengandalkan keunikan kultural Jepang, tetapi juga menempatkan integritas dan kejujuran sebagai poin utama dalam personal brandingnya. Dengan etika tinggi dalam produksi kontennya, dia memberikan jaminan bahwa setiap informasi yang disampaikan dapat dipercaya oleh pengikutnya. Strategi terus meningkatkan kualitas produksi kontennya tidak hanya berfokus pada aspek visual dan kreatif, tetapi juga menciptakan ruang untuk humor yang lebih dalam. Dengan demikian, ia tidak hanya mempertahankan eksistensinya tetapi juga terus memperkuat ikatan positif dengan penontonnya.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Jerome Polin, seorang YouTuber sukses dengan lebih dari 10 juta subscriber, telah berhasil mempertahankan eksistensinya melalui sejumlah strategi yang terukur. Dengan fokus pada Authenticity, Goodwill, Integritas, dan Kinerja, ia berhasil membangun personal

branding yang kuat dan menarik perhatian penontonnya.

Jerome tidak hanya mempertahankan ciri khasnya dengan menggunakan bahasa Jepang, latar belakang budaya, dan jargon tertentu, tetapi juga membawa konten yang mengedukasi dan menghibur. Kontinuitasnya dalam memberikan nilai positif dan pesan kebaikan melalui interaksi tim produksinya menciptakan pengalaman menonton yang positif.

Integritas dan komitmen terhadap kejujuran dalam kontennya membantu membangun kepercayaan dengan pengikutnya. Jerome secara konsisten menyajikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan, memperkuat fondasi personal branding-nya.

Dalam hal kinerja, upaya terus-menerus untuk meningkatkan kualitas produksi konten menciptakan daya tarik visual dan kreatif yang memikat penonton. Jerome juga berhasil menjaga kontennya tetap segar dan menghibur, menghindari kejenuhan yang mungkin dirasakan oleh penontonnya.

Rekomendasi:

1. **Diversifikasi Konten:** Meskipun Jerome telah sukses dengan konten-konten edukatif dan hiburan, diversifikasi topik mungkin dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
2. **Interaksi Aktif dengan Pengikut:** Meningkatkan interaksi langsung dengan pengikut, seperti sesi tanya jawab atau tanggapan langsung terhadap komentar, dapat lebih mempererat hubungan dengan komunitas penggemar dan meningkatkan keterlibatan.
3. **Eksansi Kolaborasi:** Melakukan lebih banyak kolaborasi dengan YouTuber dan influencer lain, terutama di luar niche-nya, dapat membantu memperluas jangkauan dan mendatangkan pengikut baru.
4. **Menggali Potensi Kreativitas Lebih Lanjut:** Terus mendorong tim produksi untuk mengeksplorasi lebih dalam potensi kreativitas, baik dalam editing visual maupun dalam penyajian konten secara inovatif.
5. **Monitoring dan Analisis Data:** Melakukan analisis reguler terhadap data penonton, tren, dan umpan balik dapat membantu Jerome memahami perubahan kebutuhan dan preferensi penontonnya, memungkinkan penyesuaian strategi secara tepat waktu.

Daftar Pustaka

- Effendy. (2020, Maret 15). SMA NEGERI 3 CIKARANG UTARA. Retrieved Oktober 20, 2023, from Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan): [https://www.sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan#:~:text=Menurut%20Effendy%20\(2011\)%2C%20strategi,mengubah%20sikap%20atau%20perilaku%20seseorang.http://repository.unpas.ac.id/11586/5/BAB%202.pdf](https://www.sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan#:~:text=Menurut%20Effendy%20(2011)%2C%20strategi,mengubah%20sikap%20atau%20perilaku%20seseorang.http://repository.unpas.ac.id/11586/5/BAB%202.pdf)
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., & Jonathan, A. (2023). Analisis Penggunaan Social Media Marketing dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 279–287.
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023a). Analysis of Key Factors for Improved Customer Experience, Engagement, and Loyalty in the E-Commerce Industry in Indonesia. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(2sp), 196–208. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2s.p.350>
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023b). DIGITAL TRANSFORMATION AND THE CUSTOMER EXPERIENCE: ENHANCING ENGAGEMENT AND LOYALTY. *ENTREPRENEUR Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3). <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Herman. (2022, 10 28). Indonesia Punya 1.300 Channel Youtube dengan Lebih 1 Juta Subscriber. Retrieved 10 18, 2023, from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/994429/indonesia-punya-1300-channel-youtube-dengan-lebih-1-juta-subscriber>
- Jayani, D. H. (2020, 02 26). 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia. Retrieved 10 18, 2023, from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia#:~:text=Youtube%20menjadi%20platform%20yang%20paling,%25%2C%20dan%20Instagram%2079%25.>
- Maghfiroh, L. (2020). PENGARUH PERSONAL BRANDING CHANNEL YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU TERHADAP CITRA JEROME POLIN.
- Riyanto, A. D. (2020, Juni 17). Andi.Link. Retrieved Oktober 20, 2023, from Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Rud, C. (2023, Januari 11). Himso. Retrieved Oktober 20, 2023, from Pengantar dan Pengertian Komunikasi: <https://himso.id/pengantar-dan-pengertian-komunikasi/>
- Salsabila, I. S. (2021). Analysis of Code Mixing in Jerome Polin Youtube Content “Nihongo Mantappu”.
1. Salwa, A. (2023, Oktober 18). Merasa Keren dengan Code Switching: Yakin? Retrieved Oktober 29, 2023, from Warta Imahi : <https://wartahimahi.com/2023/article/merasa-keren-dengan-code-switching-yakin/>