

Analysis of Public Figure Prass Teguh Online Identity

Analisis Identitas Daring Tokoh public Prass Teguh

Mochammad Fani^{1*}

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Corresponding Author Email: Mochammad.fani354@gmail.com

Abstract. *Praz Teguh has succeeded in building a strong online persona as an approachable and relevant financial expert. Through a consistent approach and good relationship with the audience, he is able to manage the challenges that arise in his presence in the digital world. However, challenges such as conflicts of interest, weak monitoring of participation, and misinterpretation of messages must be managed carefully so as not to damage the reputation that has been built. This analysis examines how Praz Teguh builds and maintains its online identity, manages interactions with diverse audiences, and faces challenges related to reputation and privacy in the digital world. The results of the analysis show that although Praz Teguh has succeeded in creating a strong online presence, there are opportunities to develop further strategies to protect its reputation and privacy.*

Keywords: *Praz Teguh, Online Persona, Finance, Social Media, Community Management, Reputation, Privacy*

Abstrak. Praz Teguh telah berhasil membangun persona online yang kuat sebagai pakar keuangan yang mudah didekati dan relevan. Melalui pendekatan yang konsisten dan hubungan yang baik dengan audiens, ia mampu mengelola tantangan yang muncul dalam kehadirannya di dunia digital. Namun tantangan seperti konflik kepentingan, lemahnya pengawasan partisipasi, dan salah tafsir pesan harus dikelola secara hati-hati agar tidak merusak reputasi yang telah dibangun. Analisis ini mengkaji bagaimana Praz Teguh membangun dan mempertahankan identitas online, mengelola interaksi dengan beragam audiens, dan menghadapi tantangan terkait reputasi dan privasi di dunia digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Praz Teguh berhasil menciptakan kehadiran online yang kuat, terdapat peluang untuk mengembangkan strategi lebih lanjut untuk melindungi reputasi dan privasinya.

Kata Kunci: Praz Teguh, Online Persona, Keuangan, Media Sosial, Manajemen Komunitas, Reputasi, Privasi

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, Praz Teguh terkenal dengan postingan media sosialnya, khususnya di YouTube dan Instagram. Kehidupan finansial, investasi, dan pendidikan keuangan adalah topik utama kontennya. Dengan menggunakan berbagai strategi yang metodis dan teratur, Praz Teguh telah mampu membangun reputasi online yang solid sebagai pakar keuangan yang mudah didekati dan relevan (Riska & Machfauzia, 2021).

Butuh beberapa waktu bagi Praz Teguh untuk mengembangkan kepribadian internetnya. Dia mampu mengembangkan kepribadian yang mudah didekati dan dapat diterima publik lebih luas dengan menggunakan strategi yang metodis dan konsisten. Faktor pertama dan paling signifikan yang sangat mempengaruhi persona online Praz adalah konsistensi dalam berkomunikasi (Pratama et al., 2024). Setiap informasi yang ia publikasikan berpusat pada penawaran pendidikan finansial, namun disampaikan dengan cara yang lugas dan mudah dipahami, sehingga sangat relevan bagi khalayak yang ingin memulai jalur finansial mereka.

Selain itu, komponen kunci dari kepribadian online mereka adalah ketulusan. Praz menjadikan ide dan konsep keuangan lebih relevan dengan berbagi pengalaman pribadi selain menjelaskannya. Di dunia media sosial, di mana penggunaannya sering mencari influencer yang tidak hanya menyebarkan pengetahuan namun juga berbagi pengalaman, hal ini sangatlah penting. Praz menambahkan banyak nilai dengan bersikap transparan dan jujur tentang perjalanan finansialnya, yang meningkatkan kepercayaan dan pengabdian para pengikutnya (Khoirul Lutfi, 2024).

Perkembangan kepribadian online Praz Teguh, cara dia menangani keaslian dan konteks, serta peluang dan kekhawatiran yang dia temui sehubungan dengan privasi dan pemantauan partisipatif, semuanya akan dibahas dalam ujian ini. Informasi di berbagai platform sosial media yang dapat diakses oleh publik akan menjadi fokus utama penyelidikan kami.

Analisis ini akan menggunakan beberapa kerangka teori:

1. Teori Pembentukan Identitas Online

Teori ini akan memperjelas bagaimana orang, seperti Praz Teguh dalam hal ini, mengembangkan kepribadian dan kesadaran diri mereka di dunia maya melalui interaksi, konten, dan teknik komunikasi yang mereka gunakan. Ini mencakup elemen penggunaan persona, taktik branding, dan personal branding (Darmawan & Wahid, 2021).

2. Context Collapse

Menurut (Liu & Li, 2011) berbagai batasan sosial (seperti antara teman dekat, klien, dan masyarakat umum) hilang, komunikasi yang dimaksudkan untuk satu kelompok dapat diinterpretasikan oleh kelompok lain dengan harapan berbeda. Fenomena ini dikenal sebagai keruntuhan Context Collapse.

3. Ontentitas Daring

Menurut (Aesthetika et al., 2022) teori menggambarkan sejauh mana kepribadian online seseorang. Komponen kunci dalam membangun keterlibatan dan kepercayaan audiens adalah ontentitas

4. Pengawasan Melalui Partisipasi

Teori ini mengacu pada pemantauan yang dilakukan pengguna, yang sering kali berbentuk komentar, penilaian, dan pembagian informasi di media sosial (Adela & Karyani, 2022). Hal ini mungkin berdampak pada kepribadian dan perilaku online seseorang.

II. ANALISIS

A. Pembentukan Identitas Daring

1. Konsistensi Konten

Praz secara konsisten menawarkan konten berkualitas tinggi tentang review produk keuangan, saran investasi, dan pendidikan keuangan. Ini menjadikan dirinya sebagai sumber terpercaya bagi khalayak yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang industri keuangan dengan menawarkan informasi relevan dan terkini. Dengan cara berbagi artikel, video, atau postingan media sosial, konten reguler ini berkontribusi pada pengembangan reputasi sebagai otoritas yang dapat dipercaya (Riska & Machfauzia, 2021)..

2. Gaya Penyampaian yang Relatable

Praz memiliki gaya penyampaian yang santai namun mendidik dan dapat dipahami oleh banyak khalayak. Ia menghindari penggunaan jargon teknis, yang seringkali membingungkan mereka yang tidak paham dengan keuangan. Audiens merasa nyaman dan mudah menerima informasi karena penyampaiannya yang lugas namun menyeluruh. Praz adalah pembicara yang hebat karena dia dapat membuat ide-ide keuangan yang sulit menjadi mudah untuk dipahami.

3. Personal Branding yang Kuat

Penampilan Praz Teguh yang sukses secara finansial dan bumi mencerminkan personal brandingnya yang kuat. Meskipun ia seorang ahli, ia tampak mudah didekati dan mudah diakses oleh audiens yang mungkin baru saja memulai jalur keuangannya karena ia mendiskusikan pengalamannya sendiri dalam menangani uang dan berinvestasi. Menurut (Rachmadita & Febriana, 2022) mengetahui bahwa siapa pun dapat mencapai kesuksesan

finansial dengan strategi yang tepat akan meningkatkan kepercayaan diri penonton dan memotivasi mereka untuk mengejar tujuan serupa.

B. Manajemen Context Collapse dan Otentisitas

1. Segmentasi Konten (Tidak Langsung)

Praz tidak harus secara spesifik mengkategorikan audiensnya berdasarkan tingkat pengalaman mereka. Sebaliknya, ia dapat memberikan materi yang secara alami menarik bagi berbagai kelompok audiens. Menurut (Firmansyah, 2019) pemula yang baru mulai memahami dunia keuangan akan menganggap topik dasar, seperti pengenalan pengelolaan anggaran atau investasi dasar, menarik. Audiens yang berpengalaman akan mendapatkan manfaat lebih dari materi yang lebih mendalam, seperti analisis pasar atau teknik investasi yang canggih (Aisya & Febriana, 2023). Dengan menggunakan strategi ini, Praz memastikan bahwa, meskipun latar belakang mereka berbeda, setiap audiens menganggap informasi yang ia berikan relevan dan bermanfaat.

2. Terus Bertindak Professional

Praz harus tetap profesional dalam semua kontennya, meskipun gaya penyampaiannya santai dan mudah dipahami. Menurut (Mochammad Rigel Putra et al., 2024) menyajikan informasi yang faktual, didukung riset, dan tanpa dugaan yang dapat menyesatkan khalayak merupakan bagian dari profesionalisme tersebut. Menurut (Yanti et al., 2024)(Dyah & Febriana, 2024), hal ini menghilangkan kemungkinan penyebaran informasi palsu, yang dapat merugikan kedudukan dan otoritas Praz sebagai spesialis keuangan. Praz dapat memastikan penonton merasa aman dan percaya pada materi dengan menyeimbangkan antara gaya penyampaian yang ringan dan sifat serius dari konten.

3. Keterbukaan

Bersikap transparan adalah komponen kunci dalam membangun kepercayaan (Rohani & Febriana, 2024). Afiliasi atau hubungan apa pun yang mungkin dimiliki Praz dengan produk keuangan tertentu, termasuk skema sponsor atau afiliasi, harus dipublikasikan. dengan bersikap eksplisit tentang afiliasi atau kerja sama komersial.

C. Risiko dan Peluang

1. Risiko

a. Pengawasan Partisipatif Negatif

Ada kemungkinan adanya kritik keras, komentar negatif, atau bahkan serangan siber. Reputasi dan kepercayaan terhadap Praz dapat dirusak oleh khalayak yang tidak setuju dengan pendapat mereka atau percaya bahwa informasi tersebut tidak dapat diandalkan (Riska & Machfauzia, 2023). Jika Praz menawarkan nasihat keuangan yang kontroversial atau berisiko tinggi, hal ini mungkin sangat berbahaya.

b. Benturan Kepentingan

Jika Praz tidak jelas mengenai afiliasi atau kerja samanya dengan produk keuangan tertentu, ada risikonya. Reputasi Praz sebagai pakar keuangan yang andal mungkin akan menurun jika audiens yakin bahwa tinjauan atau rekomendasi tersebut tidak memihak.

c. Kesalahpahaman Penonton

Karena banyaknya pemirsa, ada kemungkinan konten yang terlalu rumit dapat menakuti pemirsa pemula, sedangkan konten yang terlalu sederhana mungkin tidak cukup untuk pemirsa yang lebih berpengalaman. Pemirsa mungkin merasa kurang terlayani karena kesenjangan ini (Febriana & Wahyuni, 2023).

2. Peluang

- a. Membangun Komunitas yang Loyal Praz mempunyai peluang untuk membangun audiens yang setia dengan menyampaikan informasi yang teratur dan relevan. Ikatan emosional dapat diperkuat dengan partisipasi aktif dan percakapan dengan audiens, sehingga meningkatkan kemungkinan membangun pengikut yang lebih besar dan setia.
- b. Kepercayaan yang Lebih Besar melalui Transparansi
Posisi Praz sebagai orang yang dapat diandalkan akan diperkuat oleh transparansi dalam afiliasi dan kemitraan produk keuangan. Hal ini meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang diberikan dengan memungkinkan Praz menjaga hubungan yang terbuka dan jujur dengan mereka.
- c. Diversifikasi Pendapatan melalui Kemitraan dan Afiliasi
Praz dapat menggunakan dukungan produk keuangan atau skema afiliasi untuk menghasilkan uang dari kontennya. Dia dapat meningkatkan penghasilannya tanpa mengorbankan reputasinya atau kepercayaan penonton dengan menjaga interaksi tersebut terbuka dan jujur.

IV. KESIMPULAN

Membangun kepribadian daringnya sebagai pakar keuangan yang mudah didekati dan relevan menghadirkan sejumlah kesulitan bagi Praz Teguh. Risiko seperti konflik kepentingan, lemahnya pengawasan partisipasi, dan salah tafsir penonton harus dikontrol secara hati-hati agar tidak merusak reputasi dan kepercayaan yang sudah ada. Namun, ada juga peluang luar biasa, seperti menciptakan komunitas yang berdedikasi, meningkatkan kepercayaan melalui keterbukaan, dan mendiversifikasi pendapatan melalui kemitraan dan aliansi. Praz dapat menjaga hubungan yang positif dan tulus dengan audiensnya sambil memperkuat kehadiran online dengan pendekatan yang tepat.

REKOMENDASI

Rekomendasi

1. Menangani Pengawasan Negatif Secara Efektif.
2. Terus Bersikap Terbuka dan Jujur Saat Bekerja Sama.
3. Manfaatkan Komunitas dan Variasikan Pendapatan,

REFERENSI

- Adela, A. S., & Karyani, T. (2022). Pengaruh partisipasi anggota terhadap keberhasilan Koperasi Produsen Kopi Margamulya Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Agrikultura*, 33(1), 35. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i1.37752>
- Aestetika, N. M., Febriana, P., Destiana, E., & R., A. M. (2022). Education on the use of audio-visual applications for guardians of students in Ganting Village facing online schools during the 2020 pandemic. *Procedia of Sciences and Humanities*, 672(C), 1266–1270.
- Aisya, S., & Febriana, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran The Body Shop melalui brand ambassador: Studi kasus Iqbaal Ramadhan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 200–208. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25348>
- Darmawan, A., & Wahid, U. (2021). Pemanfaatan channel YouTube “Praz Teguh” sebagai pemenuh hiburan bagi subscriber. *Pantarei*, 5(1). <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/643>
- Dyah, H., & Febriana, P. (2024). Conflict management in organizational communication. *Academia Open*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.5350>
- Febriana, P., & Wahyuni, D. T. (2023). Satire sebagai penyampaian kritik sosial sistem kapitalisme dalam film Okja (Analisis semiotika John Fiske). *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 30–40. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14544>

- Firmansyah, I. (2019). Peran akuntan terhadap implementasi sustainable development goals: Perspektif akademisi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 14(2), 242. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p09>
- Khoirul Lutfi, N. (2024). Tindak tutur lokusi pada podcast PWK - Prilly Latuconsina sebagai motivasi pendidikan. *Buana Bastra*, 11(1), 29–34. <https://doi.org/10.36456/bastra.vol11.no1.a9067>
- Liu, Y., & Li, H. (2011). Exploring the impact of use context on mobile hedonic services adoption: An empirical study on mobile gaming in China. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 890–898. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.014>
- Mochammad Rigel Putra, P., Febriana, P., & Nur'aini, K. D. (2024). Utilization of Instagram as a medium for advertising and promotion of MSMEs in the food sector of Kembangringgit Village. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 407–419. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i1.3092>
- Pratama, A. A., Anugra, R., & Musyaffa, M. A. (2024). Tinjauan etika dalam konten TikTok @Prazteguh blind challenge air mineral dalam kemasan. *Jurnal Audiens*, 4(4), 651–659. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.269>
- Rachmadita, K. A., & Febriana, P. (2022). Content analysis of Clarin Hayes' personal branding as a doctor on YouTube. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 1–10. <https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.826>
- Riska, H., & Machfauzia, A. N. (2021). Efforts to preserve Minangkabau songs by Dplust Band in Padang. *Proceedings of the 4th International Conference on Arts and Arts Education (ICAAE 2020)*, 552(ICAAE 2020), 20–24. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210602.004>
- Rohani, D. L., & Febriana, P. (2024). Keingintahuan dan kepercayaan diri remaja yang menggunakan filter Instagram di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2891>
- Yanti, V. D., Hariyanto, S., Pribadi, F., & Sosiologi, P. S. (2024). Mentertawakan keresahan: Analisis wacana kritis representasi kemiskinan dalam stand-up comedy. *Jurnal Sosiologi*, 13(3), 31–40.