



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Mega Safitri (44214010117)

Personal Branding Remaja Jakarta Melalui Penggunaan *Brand* The Goods Dept
Jumlah Halaman : xii halaman + 115 halaman + 23 lampiran
Bibliografi : 26 Acuan, Tahun (2002 – 2013)

ABSTRAK

Personal Branding adalah cara untuk membangun merek atas diri seseorang. The Goods Dept merupakan contoh *Brand* yang sukses membangun *Personal Branding* khususnya dalam hal penampilan. The Goods Dept merupakan departemen store di Indonesia yang fokus membawa *trend* fashion yang baru di kalangan anak remaja. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana *brand* The Goods Dept mampu melengkapi proses membangun *Personal Branding* di kalangan remaja.

Penelitian ini menggunakan landasan teori 9 komponen *Personal Branding* dalam buku *Personal Brand-Inc* Erwin Parengkuan & Becky Tumewu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan melakukan wawancara dan observasi mendalam, menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana *Brand* The Goods Dept mampu membuat konsumen dapat menunjukkan jati dirinya pada penggunaan *brand* The Goods Dept dalam bergaul di kalangan remaja.

Penelitian ini menyimpulkan beberapa hal pertama, Proses membangun *Personal Branding* yang dilakukan remaja Jakarta melalui penggunaan *brand* The Goods Dept yaitu mereka selalu menggunakan *brand* sesuai dengan kebutuhan. Seperti halnya ketika memakai *brand* The Goods Dept pada saat berkumpul atau bergaul bersama teman maka yang digunakan adalah pakaian santai yaitu Tshirt namun tetap berkesan berkualitas. Kedua, Manfaat dari upaya membangun *Personal Branding* melalui penggunaan *brand* The Goods Dept adalah penggunaannya yaitu remaja lebih merasa kepercayaan dirinya meningkat sehingga memudahkan mereka untuk mendapatkan relasi, mudah dalam bergaul. Ketiga, Kelebihan *brand* The Goods Dept sehingga dijadikan media untuk membangun *Personal Branding* karena *brand* nya yang sudah tidak asing lagi diketahui oleh masyarakat khususnya kalangan remaja sehingga membuat pemakainya mudah untuk menunjukkan eksistensi dirinya



Communication Faculty

Mercu Buana University

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Mega Safitri
Student ID : 44214010117
Faculty : Ilmu Komunikasi
Study Program : Public Relations
Title : Jakarta's Teenager Personal Branding through the use of The Goods Dept's brand
Biography : xii Pages; 115 Pages; 23 appendices; 26 Reference, Year (2002 – 2013)

ABSTRACT

Personal Branding is a way to build a brand of a person. *The Goods Dept* is an example of a brand that successfully build this personal branding in the part of person's appearance. *The Goods Dept* is one of the department stores in Indonesia that focus on making and bringing new trends amongst teenager. Based on this background, the writer is interested in conducting a research of how *The Goods Dept's* Brand is able to fullfil the process in building Personal Branding amongst teenager.

This research is based on 9 components of Personal Branding theories from the *Personal Brand-Inc*, Erwin Parengkuan & Becky Tumewu's book. The methodology of research used is the study case method by interview and deep observation using qualitative method with descriptive research type.

The result of this research explain how *The Goods Dept's* brand is able to make the consumers show their personality in teenagers' society through the use of the brands.

This research concludes several things. First of all, the process in building Personal Branding by Jakarta's teenager through the use of *The Goods Dept's* brand is they always use the brand according to their needs and the same thing happened when wearing *The Goods Dept's* brand in spending time with friends, they will use a casual outfit such as T-shirt but still seemed high quality. Second, the benefits of making Personal Branding through the use of *The Goods Dept's* brand are increasing teenager's confidence, make them easily blend in and making relations in the society. Third, the pre-eminence of *The Goods Dept* brand and therefore it became a media to build the Personal Branding is because the brands are well known in the society especially amongst teenager and as a result, making the user to easily show off his or her existence.