



PERSONAL BRANDING

BOYBAND K-POP BTS MELALUI MUSIKNYA

(Analisis Isi pada Music Video di Akun Youtube Big Hit Labels tahun 2013 - 2020)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and
Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh :
Yulistiana Zainudin

44314120045

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yulistiana Zainudin

NIM : 44314120045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Judul : ***PERSONAL BRANDING BOYBAND K-POP BTS MELALUI MUSIKNYA (Analisis Isi pada Music Video di Akun Youtube Big Hit Labels tahun 2013 – 2020)***

Jakarta, 25 Agustus 2020

Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing

(Andri Budiwidodo, M.I.Kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Yulistiana Zainudin

NIM : 44314120045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Judul : ***PERSONAL BRANDING BOYBAND K-POP BTS MELALUI MUSIKNYA (Analisis Isi pada Music Video di Akun Youtube Big Hit Labels tahun 2013 – 2020)***

Jakarta, 25 September 2020

Pembimbing : Andri Budiwidodo, M.I.Kom

(.....)

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom

(.....)

Ketua Sidang : Yuni Tresnawati, M.I.Kom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : ***PERSONAL BRANDING BOYBAND K-POP BTS MELALUI MUSIKNYA (Analisis Isi Pada Music Video di Akun Youtube Big Hit Labels tahun 2013 – 2020)***

Nama : Yulistiana Zainudin

NIM : 44314120045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 25 September 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Digital Advertising & Marketing Communication

(Andri Budiwidodo, M.I.Kom)

(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, M.Comn.,Ph.D.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulistiana Zainudin

NIM : 44314120045

Konsentrasi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan Judul : *Personal Branding Boyband K-Pop BTS melalui Musiknya (Analisis Isi Pada Music Video di Akun Youtube Big Hit Label tahun 2013 – 2020)* Adalah murni hasil karya saya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 September 2020

Yang membuat pernyataan,



(Yulistiana Zainudin)

Mengetahui,

Pembimbing

(Andri Budiwidodo, M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi

(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik. Penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penelitian dan pengerjaannya, saya dibimbing dan mendapat dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andri Budiwidodo, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada saya selama menyusun penelitian.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom selaku Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan yang juga telah membantu selama proses perkuliahan.
3. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kuliah dan arahan kepada saya selama menempuh perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
4. Keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya.
5. Teman-teman seperjuangan kelas karyawan Markomm & Adv angkatan 2015 di kampus Menteng yang dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan saling membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi.
6. BTS sebagai insiprasi dari pembuatan Skripsi ini.

7. Nurwita Setiawan, sahabat yang selalu menjadi support system selama mengerjakan skripsi ini

8. Pihak-pihak yang lain yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang juga turut mendukung selama saya kuliah hingga selesai.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya.

Jakarta, 25 Agustus 2020



Yulistiana Zainudin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kajian Teoritis.....	34
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	34
2.2.2 Pesan	44
2.2.3 Sosial Media.....	47

2.2.4	Youtube	52
2.2.5	Musik Populer Korea atau <i>K-Pop</i>	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		57
3.1	Paradigma Penelitian.....	57
3.2	Metode Penelitian.....	57
3.3	Unit Analisis.....	58
3.4	Coder	65
3.5	Definisi Kategori dan Kategorisasi	66
3.5.1	Definisi Kategori	66
3.5.2	Kategorisasi.....	73
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	87
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas Koding	88
3.7.1	Uji Validitas	88
3.7.2	Uji Reabilitas.....	88
3.8	Teknik Analisis Data.....	104
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		105
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian Music Video BTS	105
4.2	Hasil Penelitian	113
4.3	Pembahasan.....	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		150
5.1	Kesimpulan	150
5.2	Saran.....	151
5.2.1	Saran Akademis	151
5.2.2	Saran Praktisi	152
DAFTAR PUSTAKA		153

LAMPIRAN :.....	158
Lampiran 1 : <i>Coding sheet</i>	158
Lampiran II : Hasil Pengisian <i>Coding Sheet</i>	167
Lampiran III : Hasil <i>Coding Sheet</i>	212
Lampiran IV : <i>Scene Music Video</i> No More Dream	236
Lampiran V : <i>Scene Music Video</i> Not Today.....	271
Lampiran VI : <i>Scene Music Video</i> Spring Day	299
Lampiran VII : <i>Scene Music Video</i> IDOL.....	349
<i>Lampiran VIII : Scene Music Video ON</i>	371
Lampiran IX : Terjemahan Lirik Lagu No More Dream, Not Today, Spring Day, MIC Drop, IDOL, ON	392
Lampiran X : Surat Pernyataan Kesiediaan Mengisi Lembar Koding.....	425
Lampiran XI : <i>Curriculum Vitae</i>	427



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 RM Dari BTS Memberikan Pidato di Sidang PBB.....	11
Gambar 1.2 Direktur Eksekutif UNICEF Mengupload Foto Selfie BTS.	13
Gambar 1.3 BTS Dalam Sampul Majalah Time Edisi 22 Oktober 2018.....	13
Gambar 1.4 BTS Dalam Postingan Instagram @fiaformula.....	15
Gambar 1.5 Wawancara BTS yang Dimuat Dalam Artikel di Website Majalah Time	17
Gambar 4.1 Bagan Model <i>Personal Branding</i> BTS	110
Gambar 4.2 <i>Scene Music Video</i> No More Dream.....	125
Gambar 4.3 <i>Scene Music Video</i> No More Dream.....	123
Gambar 4.4 <i>Scene Music Video</i> Not Today.....	126
Gambar 4.5 <i>Scene Music Video</i> Not Today.....	127
Gambar 4.6 <i>Scene Music Video</i> Not Today.....	128
Gambar 4.7 Ungkapan Army terhadap Lagu Not Today.....	130
Gambar 4.8 Suga dan RM Berbicara Mengenai Lagu Spring Day.....	131
Gambar 4.9 Ungkapan Army terhadap Lagu Spring Day.....	132
Gambar 4.10 Ungkapan Army terhadap Lagu Spring Day.....	133
Gambar 4.11 <i>Scene Music Video</i> Mic Drop.....	134
Gambar 4.12 <i>Scene Music Video</i> Mic Drop.....	135
Gambar 4.13 <i>Scene Music Video</i> ON.....	141
Gambar 4.14 <i>Scene Music Video</i> ON.....	142
Gambar 4.15 <i>Scene Music Video</i> ON.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 BTS <i>The Billboard 200 Chart History</i>	11
Tabel 1.2 The Beatles <i>The Billboard 200 Chart History</i>	12
Tabel 2.1 Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu.	13
Tabel 3.1 Tabel Youtube <i>Music Video</i> Selama Juni 2013 – Feb 2020	60
Tabel 3.2 Kategorisasi	71
Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> No More Dream	88
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> Not Today	91
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> Spring Day	93
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> Mic Drop	95
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> IDOL	97
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Music Video</i> ON	100
Tabel 4.1 Tabel Youtube <i>Music Video</i> Selama Juni 2013 – Feb 2020	103
Tabel 4.2 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> No More Dream	109
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> Not Today	110
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> Spring Day	112
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> Mic Drop	114
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> IDOL	116
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Kategorisasi <i>Music Video</i> ON	118