

***PERSONAL BRANDING BOY WILLIAM
MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE***



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**





FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : *Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube*
Nama : Dio Ridho Hutama
NIM : 44216110049
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : *Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial
Youtube*
Nama : Dio Ridho Hutama
NIM : 44216110049
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 03 Maret 2021

Ketua Sidang,
Anindita, M.Ikom

()

Pengaji Ahli,
Dr. A. Rahman, M.Si
Pembimbing,
Suryanings Hayati, M.M., M.Ikom

(
)





FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : *Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube*
Nama : Dio Ridho Hutama
NIM : 44216110049
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 8 Maret 2021



Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,

(Suryanings Hayati, M.M., M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dio Ridho Hutama

NIM 44216110049

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: ***Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube*** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas 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, 8 Maret 2021

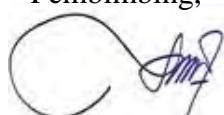
Yang membuat pernyataan,



(Dio Ridho Hutama)

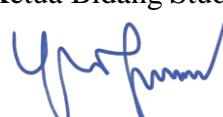
Mengetahui,

Pembimbing,



(Suryaning Hayati, M.M., M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Dio Ridho Hutama

44216110049

Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube

Jumlah Halaman : xi + 64 halaman + 27 lampiranBibliografi : 33 acuan,

Tahun 2007 - 2017

ABSTRAK

Personal branding sangat penting untuk dibangun, terutama bagi tokoh publik. Dengan adanya *personal branding* yang kuat, *tokoh publik* akan mendapatkan reputasi dan kepercayaan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Memilih Boy William sebagai subjek penelitian, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana *personal branding* *tokoh publik* melalui media sosial youtube.

Penelitian ini menggunakan landasan teori menurut Peter Montoya yang menjelaskan bahwa setidaknya ada 8 komponen yang menjadi acuan dalam membangun *personal branding* seseorang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi dengan melakukan wawancara kepada 5 narasumber (*tokoh publik*, Manajer, Subscriber) dan observasi mendalam. Paradigma yang dipakai adalah konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif tipe deskriptif.

Hasil penelitian ini mendapatkan 4 poin penting tentang bagaimana *personal branding* Boy William. Mulai dari tampilan fisik, bakat, prinsip hidup dan visi misi.

Penelitian ini kemudian menemukan bahwa *tokoh publik* dalam melakukan *personal branding* membutuhkan 8 komponen untuk dapat membangun *personal branding* yang kuat. 8 komponen *personal branding* tersebut adalah Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), *The Law of Visibility*, Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*), dan Nama Baik (*The Law of Goodwill*).

Kata Kunci: Branding, Personal Branding, Tokoh Publik



Mercu Buana University
Fakulty of Communication Science Major in Public Relations
Dio Ridho Hutama
44216110049

Personal Branding Boy William via Social Media Youtube
Total Pages : xi + 64 page + 27 Attachments Bibliography : 33 references, year
2007 - 2017

ABSTRACT

Personal branding is very important to build, especially for public figure. As a public figure, having a positive personal branding is a plus for their career in the entertainment world. With strong personal branding, public figures will gain reputation and trust, they will have a reputation for what they do in branding themselves, and gain the trust of many people. Choosing Boy William as research subjects, this research wanted to know how personal branding public figures via Social Media Youtube.

This research uses the theoretic Boy basis according to Peter Montoya which explains that there are at least 8 components that become the reference in building personal branding person.

The research method used in this study is a fenomenology by conducting interviews to 5 speakers (public figures, Manager, Subscriber) and in-depth observation. The paradigm used is constructivism, with qualitative approach of descriptive type.

The results of this study get 4 important points about how personal branding Boy William. Starting from physical appearance, talents, principles of life and vision and mission.

This study then found that public figures in personal branding require 8 components to be able to build a strong personal branding. The 8 components of the personal branding are The Law of Specialization, The Law of Leadership, The Law of Personality, The Law of Distinctiveness, The Law of Visibility, The Affirmation (The Law of Persistence), and the Good Name (The Law of Goodwill).

Key Words : Branding, Personal Branding, Public Figure

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr,Wb

Puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semua ini tidak luput dari hambatan dan kesulitan bila tanpa bimbingan, dorongan, saran, kritik dan bantuan dari beberapa pihak yang berkaitan dengan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi jurusan Public Relations. Judul dari skripsi ini adalah “**Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube.**”

Pada kesempatan ini peneliti ingin ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, S.E, M.M, M.Ikom, selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan waktu luang kepada penulis dalam memberikan masukan, saran, dan ilmu pengetahuan yang positif kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Dr. A. Rahman HI, M.Si, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Seluruh Dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Terima kasih atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
7. Kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai hingga akhir hayat yaitu Ayah (Alm) Joko Budi Irianto, S.Sos, serta Ibu Eti Sukarti dan juga adik penulis Tiara Dea Clarissa. Terima Kasih atas seluruh Doa dan dukungan moril serta materil yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Mereka lah yang

menjadi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Boy William Selaku narasumber penulisan skripsi dari penulis yang telah meluangkan waktu agar bisa diwawancara oleh penulis.
9. Vivi Hwang selaku Manager Boy William yang juga menjadi penghubung untuk mewawancarai narasumber serta juga berkenan untuk di wawancara.
10. Ibu Siti Dewi Sri Ratna Sari, S.Sos, M.Si dan Bapak Drs.Ervan Ismail, S.Sos, M.Si. Dosen Public Relations Universitas Mercu Buana yang selalu mendukung penulis dan Mensupport penulis agar penulisan cepat selesai.
11. Teman-Teman KemenPPPA Yang mendukung penulis serta memotivasi agar penulisan ini cepat selesai.
12. Keluarga Besar PS.CPPB yang selalu membantu doa serta *support* bagi penulis.
13. Ilham Kurniawan Putra S.T, Kartika Handayani beserta keluarga besar, Siti Hajar Luhulima, S.Ikom, yang direpotkan selama mengerjakan skripsi.
14. Andyany Putri S.Ikom, Aditya Rasyidi, S.Ikom, Erwinskyah Hutagalung, serta teman-teman Public Relations Universitas Mercu Buana yang selalu mendukung penulis dan menjadi teman baik penulis selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta.
15. Lettu (POM) Dhito Rahutomo, Dede Rendra, Wais Alkhorni,dan juga Teman-teman dari sekolah penulis yang berkenan diluangkan waktu untuk bersantai dikala jenuhnya mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini yang berjudul "**Personal Branding Boy William Melalui Media Sosial Youtube.**" oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Jakarta, 28 Februari 2021

Dio Ridho Hutama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Subjek Penelitian	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.2 Hasil Penelitian	58

4.3	Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Tampilan Akun Youtube Boy William.....	7
Gambar 1.3 Tampilan Akun Youtube Boy William.....	8
Gambar 1.4 Tampilan Akun Youtube Boy William.....	10
Gambar 4.1 Foto Boy William: Awal Karir	47
Gambar 4.2 Foto Boy William dalam program breakout NET TV	48
Gambar 4.3 Tampilan Youtube Boy William.....	55
Gambar 4.4 Alur Hasil Penelitian.....	62

