

Nama : Elamaya Agustina
NIM : 44216110036
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif *Personal Branding* Sandiaga Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pada Channel YouTube Sandiuno TV

ABSTRAK

Personal branding merupakan bagaimana sebuah merek dibangun pada diri seseorang yang nantinya akan melekat dan dibentuk untuk meningkatkan nilai jual. Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten. Salah satu contoh media baru yang banyak digunakan di Indonesia adalah YouTube, suatu situs berbagi video yang memungkinkan para penggunanya untuk menonton, mengunggah dan membagikan video secara online.

Media ini menawarkan ruang tak terbatas bagi penggunanya untuk berinteraksi dimana memungkinkan penggunanya untuk melihat, mengirim, berbagi video, termasuk menyampaikan apa yang dilakukan olehnya sebagai *public figure*, mendengarkan keluhan masyarakat, serta menguji kualitas program pemerintah atau program yang dipimpinnya, salah satu *public figure* yang menggunakan YouTube adalah Sandiaga Uno.

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian analisis isi kualitatif dengan melakukan analisis pada video Sandiuno TV yang akan dilihat dari pesan verbal maupun non-verbal yang meliputi adegan, tulisan dalam video, percakapan, Bahasa tubuh, caption, hastag, cara berpakaian, dan komentar *audience* dan dikaitkan dengan berdasarkan konsep yang dirumuskan oleh Peter Montoya.

Pada hasil penelitian ini ditemukan bagaimana *personal brand* yang dibangun Sandiaga Uno dalam unggahan video pada *channel* YouTube. Ada beberapa konsep yang ditunjukkan yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, dan visibilitas.

Kata Kunci: *Personal branding*, *social media*, analisis isi, Sandiuno TV.

Nama : Elamaya Agustina
NIM : 44216110036
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Qualitative Content Analysis of Sandiaga Uno's Personal Branding as Minister of Tourism and Creative Economy of the Republic of Indonesia on the Sandiuno TV YouTube Channel.

ABSTRACT

Personal branding is how a brand is built on a person which will later be attached and formed to increase selling points. Social media is an online media, where users through internet-based applications can share, participate, and create content. One example of new media that is widely used in Indonesia is YouTube, a video-sharing site that allows its users to watch, upload and share videos online.

This media offers unlimited space for its users to interact which allows its users to view, send, and share videos, including conveying what they are doing as a public figure, listening to public complaints, as well as testing the quality of government programs or programs they lead, one of the public figures who using YouTube is Sandiaga Uno.

This study uses a constructive paradigm with qualitative content analysis research methods by analyzing Sandiuno TV videos which will be seen from verbal and nonverbal messages which include scenes, writing in videos, conversations, body language, captions, hashtags, how to dress, and audience comments and associated with the concept formulated by Peter Montoya.

The results of this study found how the personal brand that Sandiaga Uno built by uploading videos on the YouTube channel. There are several concepts shown, namely specialization, leadership, personality, distinction, and visibility.

Keywords: Personal branding, social media, content analysis, Sandiuno TV.