



**ANALISIS *PERSONAL BRAND* ZAHID AZMI IBRAHIM PADA
KONTEN VIDEO YOUTUBE**

**(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Video
Youtube yang berjudul “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA
di Indonesia”)**

SKRIPSI

Tugas Akhir Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi
Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Achmad Romadhoni

44219010111

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Romadhoni

NIM : 44219010111

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Brand Zahid Azmi Ibrahim Pada Konten Video Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Video Youtube yang berjudul “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia”

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya menyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

UNIVERSITA
MERCU BUANA



(Achmad Romadhoni)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Achmad Romadhoni

NIM : 44219010111

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Analisis *Personal Brand* Zahid Azmi Ibrahim Pada Konten Video Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Video Youtube yang berjudul “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia”).

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Drs. Marwan Mahmudi M.Si

NIDN : 0311036703

Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si

NIDN : 0318116602

Penguji Ahli : Nindyta Aisyah D, S.I.Kom, M.Si

NIDN : 0321018802

()
()
()

Jakarta, 17 Juli 2023

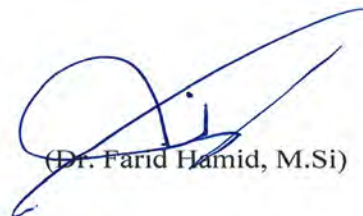
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1), Prodi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Adapun judul dari proposal skripsi ini yaitu : **“Analisis Personal Brand Zahid Azmi Ibrahim pada konten video Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada konten video Youtube yang berjudul “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia”)**”.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis sayangi dan hormati. Ucapan khusus terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua yaitu Bapak Dahroni dan Ibu Casriyah yang telah memberikan kasih dan sayang kepada penulis dari kecil hingga saat ini, yang tidak pernah henti mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis. Tanpa doa dan cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa semangat, saran, masukan serta bimbingan yang berharga bagi penulis. Melalui rangkaian kata dalam skripsi ini sebagai bentuk ucapan terima kasih yaitu kepada yang terhormat:

1. Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
2. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekertaris Program Studi 2 Ilmu Komunikasi dan dosen mata kuliah riset komunikasi yang senantiasa memberikan bimbingan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti studi.
6. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Tata Usaha FIKOM UMB yang sudah membantu dalam mengurus dokumen keperluan tugas akhir ini.
7. Keluarga besar Bpk. Dahroni dan Ibu Casriyah yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam penulisan tugas akhir ini
8. Teman-teman seperjuangan Mitha Aulia, Arfan Marselindo, Andrisa Shaliara, dan Aldi Maulana yang selalu memberikan dukungan dan doa saat pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman PSM UMB Andini Dwi Putri, Audithe Mashuda, Maria Putri dan Panitia Lapangan Tim Building PSM UMB 2023 yang selalu menghibur dan memberikan dukungan saat pembuatan skripsi ini.
10. Teman-teman Magang Bawaslu Andhika Destryari, Ayu Syahnur dan Alexander Adhitya yang selalu menjadi teman keluh kesah saat mengerjakan skripsi dan memberikan support dalam pengerjaan tugas akhir ini.
11. Viona Desy Rahmawati, Dwi Oktaviani, dan Fitri Shofia teman rumah yang selalu memberikan support dan doa dalam pembuatan skripsi ini.
12. Suci Rahmadani Putri yang telah menemani dan memberikan support dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan *Public Relations* angkatan 2019, atas segala bantuan dan kerjasamanya.
14. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastinya tidak henti-henti penulisa sampaikan semoga amal baik semua pihak mendapat balasan

yang berlipat ganda dari sang pencipta yang pengasih dan penyayang Allah SWT. Aminn.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 17 Juli 2023

Achmad Romadhoni



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Romadhoni

NIM : 44219010111

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Makna *Personal Brand* Zahid Azmi Ibrahim Pada Konten Video Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Video Youtube yang berjudul “Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia”).

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebernarnya.

Jakarta, 17 Juli 2023
Menyatakan,



Achmad Romadhoni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi.....	20
2.3 <i>Public Relations</i>	22
2.4 <i>Personal branding</i>	24
2.5 <i>Cyber Communication</i>	28
2.6 <i>New Media</i>	30
2.6.1 Youtube.....	32
2.7 Analisis Semiotika	33
2.8 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Unit Analisis	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum.....	46
4.1.1 Profil Singkat Zahid Azmi Ibrahim	46
4.1.2 Deskripsi Akun Youtube.....	46
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce melalui video konten pada akun YoTube Zahid Azmi Ibrahim	50
4.3 Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pengguna Youtube dengan Rentang Usia 16-24 Tahun (di ambil pada 11 Juli 2023)	2
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Tabel Kategorisasi Konsep Trikotomi Semiotika Charles Sanders Pierce	37
Tabel 3.1 Unit Analisis Video Konten Youtube Zahid Azmi Ibrahim	43
Tabel 4.1 Tabel Konten Satu Hari Bersama Siswa Kelas 12 SMA di Indonesia..	50



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Subscriber Akun Youtube Zahid	3
Gambar 2 Video Konten di Kanal Youtube Zahid Azmi Ibrahim	4
Gambar 3. Konten Youtube Zahid Azmi Ibrahim	5
Gambar 4. Model Segitiga Makna Pierce	36
Gambar 5. Foto Zahid Azmi Ibrahim.....	46
Gambar 6. Tangkapan Layar Akun Youtube Zahid.....	47
Gambar 7. Data Subscriber 2019-2022 Akun Youtube Zahid Azmi Ibrahim	48
Gambar 8. Tangkapan Layar Video Konten Youtube Zahid Azmi	48
Gambar 9 Tangkapan Layar Scene Video YouTube Zahid	50
Gambar 10 Tangkapan Layar Scene Video YouTube Zahid	52
Gambar 11 Tangkapan Layar Scene Video YouTube Zahid	55
Gambar 12 Tangkapan Layar Scene Video YouTube Zahid	57
Gambar 13 Tangkapan Layar Scene Video YouTube Zahid	59