



**PERSONAL BRANDING DAVID GADGETIN MELALUI SOSIAL  
MEDIA YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Ari Erlangga**

**44218110111**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Erlangga

NIM : 44218110111

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Personal Branding David Gadgetin Melalui Sosial Media Youtube

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan 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, 11 September 2023



Ari Erlangga

UNIVERSIT  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ari Erlangga  
NIM : 44218110111  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding David Gadgetin Melalui Sosial Media Youtube

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

Disahkan oleh:

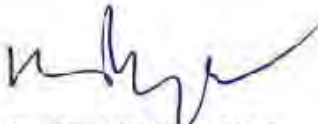
Pembimbing I : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si (  )  
NIDN : 0311036703  
Ketua Penguji : Suryaning Hayati, MM, M.Ikom (  )  
NIDN : 0322088201  
Penguji Ahli : Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom (  )  
NIDN : 0322029302

UNIVERSITAS

Jakarta, 11 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Ahmad Mulyana, M Si)

  
(Dr. Farid Hamid Umarela, M Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang atas rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Penelitian yang berjudul “PERSONAL BRANDING DAVID GADGETIN MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE”. Penulisan laporan penelitian ini merupakan salah satu tugas yang diberikan dalam mata kuliah tugas akhir di Universitas Mercu Buana. Dalam penulisan Laporan Penelitian ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi ini yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu dan pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen penguji ahli skripsi yang telah memberikan dukungan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Suryaning Hayati, MM, M.Ikom selaku ketua Sidang skripsi yang telah memberikan semangat, dukungan, waktu, serta pikiran selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Melly Ridaryanthi S.S., M.Com, Ph.D selaku Sekertaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

7. Ibu Ella Herawati, Bapak Mislani, dan Arfi Ardiansyah selaku orang tua dan kakak yang memberi dukungan dan doa kepada penulis untuk melakukan penelitian untuk tugas akhir ini
8. Nilouvar Qolby Nadhiva selaku pasangan yang mendukung, memberikan doa dan menemani dari awal masa-masa perkuliahan hingga akhirnya ada di tahap ini.
9. Endita Komalasari, Rafid Ananda Syahrin, Endina Novitasari, dan Fabian Nesta selaku sahabat yang menemani dari awal masuk perkuliahan di Universitas Mercu Buana
10. Rekan – rekan PT Saka Uniti Indonesia divisi Key Account selaku unit yang mendukung penuh pengerjaan penelitian ini

Dalam penulisan Laporan Penelitian ini kami merasa masih banyak kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi, mengingat akan kemampuan yang kami miliki. Untuk itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi menyempurnakan tugas akhir yang dibuat dan Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Agustus 2023



Ari Erlangga

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ari Erlangga  
NIM : 44218110111  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Personal Branding David Gadgetin Melalui Sosial Media Youtube

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas 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 mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 11 September 2023

Yang menyatakan,



( Ari Erlangga )

## ABSTRAK

Nama : Ari Erlangga  
NIM : 44218110111  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding David Gadgetin Melalui Sosial Media Youtube  
Pembimbing : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

*Personal branding* merupakan sebuah proses dalam membentuk persepsi khalayak terhadap aspek-aspek yang dimiliki pada seseorang, seperti halnya yaitu kepribadian, kemampuan dan nilai-nilai bagaimana semua itu dapat menciptakan persepsi yang positif dan baik dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai sebuah *tools* pemasaran. *Personal branding* mengacu pada proses membangun pesona publik seseorang untuk *audiens* nya sendiri dan ditambah dengan adanya YouTube menjadi media sosial yang paling diminati saat ini. Youtube menjadi salah satu *platform* yang terbukti bisa membuat *personal branding* menjadi efektif YouTube, menariknya beberapa channel youtube populer tidak dikelola oleh perusahaan besar maupun selebriti tetapi orang-orang biasa yang memiliki konten bervariasi seperti salah satunya dengan *me-review* barang, produk ataupun membuat video *daily blog* dan biasanya orang-orang yang membuat konten didalam youtube disebut dengan “*youtuber*”. *Youtuber* ini merepresentasikan dirinya dengan channel pribadi yang meliputi nama, avatar yang ada maupun video atau konten yang dibuat. Salah satunya David Gadgetin yang menjadi *youtuber* dan melakukan *personal branding*-nya di dalam youtube.

Konsep teori yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan konsep *personal branding* dan karakteristik *personal branding* dan terdapat beberapa teori pada penelitian ini yaitu seperti *New Media* dan melakukan *personal branding* dalam sosial media.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan metode penelitian kualitatif. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi. Peneliti menggunakan analisa data triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa David Gadgetin *personal branding* yang dilakukan David Gadgetin melalui sosial media youtube adalah dengan menerapkan konsep *personal branding* dan memiliki karakteristik-karakteristik *personal branding* di dalamnya agar lebih efektif dalam melakukan *personal branding*nya melalui akun youtube Gadgetin.

Keyword: *Personal Branding, New Media, Social Media, Youtube, Youtuber*

## ABSTRACT

Name : Ari Erlangga  
NIM : 44218110111  
Study Program : Public Relations  
**Title Intership Report : David Gadgetin's Personal Branding Through YouTube Social Media**  
Counsellor : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

*Personal branding is a process in shaping audience perception of aspects owned in a person, as well as personality, abilities and values how all of it can create a positive and good perception of society that can be used as a marketing tool. Personal branding refers to the process of building one's public charm for one's own audience and coupled with the existence of YouTube is the most popular social media today. Youtube is one of the platforms that is proven to be able to make personal branding effective YouTube, interestingly some popular youtube channels are not managed by large companies or celebrities but ordinary people who have varied content such as one of them by reviewing goods, products or making daily blog videos and usually people who create content on youtube are called "youtubers". This YouTuber represents himself with a personal channel that includes his name, avatar or videos or content created. One of them is David Gadgetin who became a YouTuber and did his personal branding on YouTube.*

*The theoretical concept used in this study is to use the concept of personal branding and personal branding characteristics and there are several theories in this study, such as new media and doing personal branding in social media.*

*This research uses positivism paradigma and qualitative research methods. Research data was obtained by conducting in-depth interviews and observations. Researchers used triangulated data analysis of sources.*

*The results of this study explain that David Gagdetin's personal branding carried out by David Gadgetin through YouTube social media is to apply the concept of personal branding and have personal branding characteristics in it to be more effective in doing personal branding through the Gagdetin youtube account.*

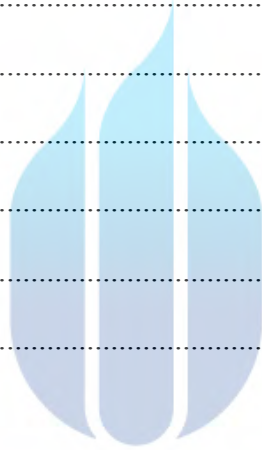
*Keywords: Personal Branding, New Media, Social Media, Youtube, Youtuber*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latang Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.3 Kajian Teoritis .....	24
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.3 Subyek Penelitian .....	33

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Data Primer .....	34
3.6 Teknik Analisis Data .....	35
3.7 Teknik Pemeriksa Keabsahan Data .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Subjek & Objek Penelitian.....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	40
4.3 Pembahasan .....	55
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Profil Akun Youtube Gadgetin .....	5
4.1 Profil Akun Youtube Gadgetin .....	39
4.2 Kekonsistenan David dalam mengunggah konten di youtube.....	59
4.3 Experience David Menonton Piala Dunia .....	62
4.4 Konten David melakukan hal baru di akun Gadgetin.....	65
4.5 David Memberikan Konten Tanya Jawab.....	66



## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
3.1 Data Informan Subscriber Youtube Gadgetin .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Draft Wawancara .....	72
<b>Lampiran 2</b> Hasil Transkrip Draft Wawancara .....	74
<b>Lampiran 3</b> Dokumentasi .....	99
<b>Lampiran 5</b> Curriculum Vitae .....	101

