



PERSONAL BRANDING LAURENTIUS RANDO
DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI MELALUI
MEDIA SOSIAL YOUTUBE

SKRIPSI

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh

DWI ESTI WAHYUNI

44213010013

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Personal Branding Laurentius Rando dalam Membentuk Citra
Diri melalui Media Sosial Youtube
Nama : Dwi Esti Wahyuni
NIM : 44213010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Personal Branding Laurentius Rando dalam Membentuk Citra
Diri melalui Media Sosial Youtube
Nama : Dwi Esti Wahyuni
NIM : 44213010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Ketua Program Studi Public Relations

Dr. Elly Yulawati, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Personal Branding Laurentius Rando dalam Membentuk Citra
Diri melalui Media Sosial Youtube
Nama : Dwi Esti Wahyuni
NIM : 44213010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Sidang
Dr. A. Rahman, M.Si

(.....)

Penguji Ahli
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

(.....)

Pembimbing
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

(.....)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Personal Branding Laurentius Rando dalam Membentuk Citra Diri melalui Media Sosial Youtube”**. Adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana bidang studi *Public Relations* Universitas Mercu buana.

Peneliti menyadari bahwa seseorang perlu memahami *personal brand* yang dimilikinya sebelum berniat terjun ke dunia karir yang diinginkannya. *Personal brand* menjadi aspek yang penting dimiliki seseorang demi kesuksesan karirnya. Keberadaan *personal brand* sangat membantu seseorang memahami dirinya dan orang lain, khususnya dalam dunia kerja. Fungsi dan tujuan *personal branding* yaitu memperkenalkan dan mempertajam citra diri seseorang, memudahkan orang lain untuk mengingat siapa kita, memudahkan dalam menentukan pilihan pekerjaan, dan berkarir secara fokus.

Dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti dengan senang hati ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku pembimbing skripsi peneliti yang telah sabar membimbing dan memberi semangat agar segera terselesaikannya skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi. Terimakasih atas saran dan semangat yang diberikan.
3. Drs. Abdul Rahman, MM., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Sumberdaya dan Keuangan. Terimakasih atas pengajarannya serta saran yang diberikan.
4. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi dan Kemahasiswaan. Terimakasih atas pengajarannya serta saran yang diberikan.
5. Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Prodi Bidang *Public Relations* yang juga mengajarkan dan membimbing pada mata kuliah riset *Public Relations*.
6. Juwono Tri Atmodjo, M.Si dan Novi Erlita, S.Sos, M.Si selaku dosen pengampu mata kuliah Seminar *Public Relations* yang membimbing dan memacu semangat peneliti dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Untuk kedua orang tua, Waluyo dan Endang Rustiani, S.E, serta kakak, Maharani Wulandari, S.E dan adik peneliti, Wanda Mutiarasari yang tiada henti mendoakan, memberi dukungan dan bekerja keras untuk peneliti.
8. Untuk kedua sahabat saya, Intan dan Ulfa yang selalu ada di sisi peneliti dari suka maupun duka. Peneliti sangat bersyukur kepada kedua sahabat yang memberi semangat, nasihat dan omelan peneliti dengan tujuan supaya kami bertiga dapat wisuda di tahun yang sama (2017) ini.

9. Teman-teman seperjuangan Bella, Diah, Tania, Ririn, dan Widyanti. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kenangan yang baik untuk selalu diingat sampai tua nanti dan belajar jadi pribadi yang lebih baik lewat masa yang sulit. Semoga kita semua segera lulus bersama-sama di tahun 2017 dan menggapai mimpi masing-masing. Aamiin.
10. Mentor-mentorku di Humas Kementerian Perdagangan RI, khususnya Mba Wiji. Terima kasih atas dukungan serta pengertiannya terhadap kondisi peneliti yang sering bolos magang untuk kuliah dan bimbingan skripsi serta mempersilahkan peneliti untuk numpang ngeprint skripsi ini.
11. Untuk Laurentius Rando yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian ini dan mengenal lebih dalam Rando di dunia nyata.
12. Yang terakhir untuk para *informan*, terima kasih atas waktu dan kesempatan yang telah diberikan, karenanya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan bantuan dari teman-teman.



Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya atas semua pihak yang telah mendukung dan menyemangati peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat tidak saja bagi peneliti secara pribadi namun juga bagi pembaca dan pengguna media sosial khususnya Youtube agar menggunakan media sosial secara bijak dan positif. Peneliti memohon maaf kepada semua pihak apabila terjadi kekhilafan dan kesalahan dalam penelitian ini, dan kedepannya peneliti

mengharapkan saran serta kritik agar peneliti dapat memperbaiki proposal skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kekurangan, peneliti memohon maaf jika ada kata yang kurang berkenan pada penelitian skripsi ini. Terima Kasih.

Jakarta, 10 Juni 2017

Dwi Esti Wahyuni



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Akademis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
3. Manfaat Sosial.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Literatur.....	7
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Komunikasi Massa.....	10
2.2.1 Definisi Komunikasi Massa.....	10
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	11
2.2.3 <i>Media Convergence</i> dan Media Baru.....	13
2.3 Media Sosial.....	17
2.3.1 Definisi Media Sosial.....	17
2.3.2 Karakteristik Media Sosial.....	18
2.3.3 Youtube.....	20
2.4 <i>Public Relations</i>	21
2.4.1 <i>Electronic Public Relations</i>	22
2.4.2 <i>Bauran Marketing Public Relations</i>	23
2.5 <i>Branding</i> dan <i>Personal Branding</i>	26
2.5.1 <i>Personal Branding</i>	27
2.6 Citra Diri (<i>Self Image</i>).....	39

2.6.1 Definisi <i>Self Image</i>	39
2.6.2 Respon Citra Diri.....	41
2.7 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Tipe Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Karakteristik Narasumber.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Data Primer.....	49
3.5.2 Data Sekunder.....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.1.1 Profil Narasumber.....	54
4.1.2 Data Informan.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Proses <i>Personal Branding</i>	58
4.2.1.1 Tahap Awal.....	58
4.2.1.2 Tahap Lanjutan.....	63
4.2.2 Analisis Komponen <i>Personal Branding</i>	68
4.2.3 Hambatan atau Kendala.....	86
4.2.4 Citra Diri.....	89
4.2.4.1 <i>Self Image</i>	89
4.2.4.2 Respon Citra Diri.....	91
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Proses <i>Personal Branding</i>	93
4.3.2 Komponen <i>Personal Branding</i>	97
4.3.3 Mengatasi Hambatan.....	100
4.3.4 Citra Diri.....	101
4.3.4.1 <i>Self Image</i>	101
4.3.4.2 Respon Citra Diri.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA.....108
LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR BAGAN

2.2 <i>Media Convergence</i>	36
2.7 Kerangka Pemikiran.....	43
4.3 <i>Personal Branding</i>	96



DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
-------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

4.1 Halaman depan Youtube channel Jakarta Beatbox.....	60
4.2 Anggota Jakarta Beatbox.....	60
4.3 Salah satu penampilan Rando di Indonesia's Got Talent Indosiar.....	61
4.4 Ruang kelas Sekolah Beatbox.....	62
4.5 Performance Jakarta Beatbox di Youtube fanfest Singapore.....	63
4.6 Tampilan beranda Youtube channel Rando.....	64
4.7 Kemeriahan meet and greet pertama Rando bersama Jakarta Beatbox.....	66
4.8 Jakarta Beatbox di Indonesia Morning Show NET TV.....	66
4.9 Jakarta Beatbox di Pagi-Pagi NET TV.....	67
4.10 T-Shirt merchandise Laurentius Rando.....	68
4.11 Makanan kesukaan Rando.....	69
4.12 Poster Fanmeet Rando.....	72
4.13 Laurentius Rando dan fans.....	73
4.14 Gaya berpakaian Rando saat <i>beatbox</i> dan santai.....	77
4.15 Contoh Judul dan Cover di Youtube channel Laurentius Rando.....	78
4.16 DVD Dokumenter Jakarta Beatbox.....	82
4.17 Kasus salah beli <i>keyboard</i> Blackwidow Ultimate.....	88