

**STRATEGI PUTRI DELINA DALAM MEMBANGUN  
PERSONAL BRANDING MELALUI KANAL YOUTUBE  
@PutriDelinaProductions**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Dwi Anjar Wijayanto**

**NPM : 201610415034**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

**STRATEGI PUTRI DELINA DALAM MEMBANGUN  
PERSONAL BRANDING MELALUI KANAL YOUTUBE  
@PutriDelinaProductions**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Dwi Anjar Wijayanto**

**NPM : 201610415034**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Putri Delina Dalam Membangun  
Personal Branding Melalui Kanal Youtube  
@PutriDelinaProductions

Nama Mahasiswa : Dwi Anjar Wijayanto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415034

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Putri Delina Dalam Membangun  
Personal Branding Melalui Kanal Youtube  
@PutriDelinaProductions  
Nama Mahasiswa : Dwi Anjar Wijayanto  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0318087603

Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

Sekretaris Penguji : Dian Sukmawati, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0320038006

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **“Strategi Putri Delina Dalam Membangun Personal Branding Melalui Kanal Youtube @PutriDelinaProductions”**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan dijadikan referensi melalui Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



**Dwi Anjar Wijayanto**  
NPM. 201610415034

## ABSTRAK

**Dwi Anjar Wijayanto. 201610415034.** Strategi Putri Delina Dalam Membangun Personal Branding Melalui Kanal Youtube @PutriDelinaProductions.

*Personal Branding* secara sederhana merupakan cara untuk membangun merek atas diri seseorang atau bisa diartikan juga bagaimana agar seseorang bisa dikenal oleh orang banyak secara positif baik itu di kalangan masyarakat, komunitas, atau lingkungan lainnya untuk menguatkan eksistensi diri dan reputasinya. Penggunaan media sosial pada *platform Youtube* dapat dimanfaatkan oleh generasi milenial untuk membentuk *personal branding* terhadap dirinya melalui akun pribadi yang dimilikinya.

Penelitian ini menggunakan teori Rampersad (2008) diantaranya *authentic, integrity, consistency, specialization, authority, distinctiveness, relevant, visibility, performance, goodwill, persistence* metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian Konsisten ide dalam pembuatan kanal *Youtube @PutriDelinaProductions* didasari keharmonisan dan kekompakan keluarga seorang komedian Entis Sutisna yang terkenal dengan nama Sule. Dengan memberikan hal baru dengan wajah baru di kanal Putri Delina, dimana dalam PDP ini tidak hanya video tentang *daily* kegiatan pribadi, tetapi juga ada hal lain seperti konten memasak, *Games, Challenge, Short Movie*, dan juga *Voice of* Konten yang ada pada kanal *youtube @PutriDelinaProductions, Youtube @PutriDelinaProductions* menjaga konsistensi dalam *upload video* merupakan bentuk dari strategi dalam membangun *personal branding*. Spesialisasi Putri Delina yaitu menyanyi, pada kanal *youtube @PutriDelinaProductions* suka *cover-cover* lagu. Relevansi strategi dalam membangun *personal branding* yang dilakukan Putri Delina dalam kanal *@PutriDelinaProductions* membuat judul dan konten yang relevan dan *daily vlog* dengan youtuber lain. Keberbedaan strategi dalam membangun *personal branding* di kanal *@PutriDelinaProductions*. Lebih ke identitas atau ciri khas konsep *editing* dari konten *youtube*, seperti ada beberapa *background* lucu tambahan menyesuaikan situasi di dalam video dan beberapa animasi sisipan, konten yang dibuat, cara berpakaian, gaya bahasa, kebiasaannya dan keunikannya yang membuat seseorang saat melihat atau menonton *video youtube* tidak bosan. Kinerja merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi. Setiap pesan yang disampaikan dalam konten tetap konsisten sesuai dengan ide awal pembuatan *youtube*. Putri Delina tujuan visi dan misi kanal *Youtube @PutriDelinaProductions*. Tujuannya keharmonisan dan kekompakan keluarga ingin memberikan wajah baru dari kanal *youtube*, dengan kata lain dalam *youtube @PutriDelinaProductions* ingin meningkatkan *personal branding*

(Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Personal branding, Youtube)

## ABSTRACT

**Dwi Anjar Wijayanto. 201610415034. Putri Delina's Strategy in Building Personal Branding Through the @PutriDelinaProductions Youtube Channel.**

*Personal Branding is simply a way to build a brand for a person or it can also be interpreted as how a person can be recognized by many people in a positive way, be it in the community, community or other environment to strengthen self-existence and reputation. The use of social media on the Youtube platform can be used by millennials to form personal branding for themselves through their personal accounts.*

*The use of social media on the Youtube platform can be used by millennials to form personal branding for themselves through their personal accounts. This study uses Rampersad's theory (2008) including authentic, integrity, consistency, specialization, authority, distinctiveness, relevance, visibility, performance, goodwill, persistence qualitative descriptive method.*

*Research results Consistent ideas in making the YouTube channel @PutriDelinaProductions are based on the harmony and cohesiveness of the family of a comedian Entis Sutisna who is known as Sule. By providing new things with new faces on the Putri Delina channel, where in this PDP there are not only videos about daily personal activities, but also other things such as cooking content, Games, Challenges, Short Movies, and also Voice of Content on the @PutriDelinaProductions YouTube channel, Youtube @PutriDelinaProductions maintaining consistency in uploading videos is a form of strategy in building personal branding. Putri Delina's specialty is singing, on the YouTube channel @PutriDelinaProductions she likes covering songs. The relevance of the strategy in building personal branding by Putri Delina on the @PutriDelinaProductions channel is making relevant titles and content and daily vlogs with other YouTubers. Different strategies in building personal branding at @PutriDelinaProductions channel. More to the identity or characteristics of the editing concept of YouTube content, such as there are some additional funny backgrounds to adjust the situation in the video and some animated inserts, the content is made, how to dress, style of language, habits and uniqueness that makes a person not bored when watching or watching YouTube videos. Performance is a description of the level of achievement of the implementation of an activity program or policy in realizing the goals, objectives, vision and mission of the organization as outlined in an organization's strategic planning. Every message conveyed in the content remains consistent with the initial idea of creating YouTube. Putri Delina's vision and mission goals for the Youtube Channel @PutriDelinaProductions. The goal is harmony and family cohesiveness to give a new face to the YouTube channel, in other words on YouTube @PutriDelinaProductions wants to improve personal branding.*

**(Keywords: Communication Strategy, Personal branding, Youtube)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas ridho dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul **“Strategi Putri Delina Dalam Membangun Personal Branding Melalui Kanal Youtube @PutriDelinaProductions”**

Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini terutama kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, jalan dan kemudahan untuk penulis dalam melakukan kegiatan juga menyusun Proposal Skripsi ini. Kedua orang tua penulis Bapak Kastono dan Ibu Tati Suwarti yang telah memberikan dukungan baik doa, moral, materi dan kebutuhan lainnya. Tidak juga lupa, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono,SH.,MM. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, M.SI, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi.
5. Ibu Dr. Dra. Hamida Syari Harahap M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademik yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembuatan proposal skripsi ini.
7. Kepada Putri Delina, PD Team, Assyifa, dan Fakhri yang telah mendukung, membantu, dan memberikan informasi untuk penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman dan sahabat yang telah mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada Priliana Novitasari dan Diah Asqinatul Masrofah yang selalu membantu, menemani, mendoakan, serta meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kerangka Konsep .....	9
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	9
2.4 Brand .....	11
2.5 Personal Branding .....	11
2.5.1 Elemen Pembentukan Personal Branding.....	12
2.6 Media Sosial .....	12
2.6.1 New Media.....	13
2.7 Youtube .....	15
2.8 Kerangka Teori .....	16
2.8.1 Pembentukan Personal Branding .....	16
2.9 Kerangka Berpikir .....	18

<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	20
3.2 Metode Penelitian .....	20
3.3 Objek Penelitian .....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.5 Profil Informan .....	23
3.6 Teknik Analisa Data.....	26
3.7 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum .....	28
4.1.1 Sejarah Singkat @PutriDelinaProductions .....	28
4.1.2 Visi Dan Misi .....	29
4.1.3 Logo .....	29
4.1.4 Struktur Organisasi .....	30
4.1.5 Hasil Penelitian .....	31
4.2 Pembahasan.....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Informan.....	23



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Youtube Global Advertising Audience .....	3
Gambar 1.2 Video Endorse .....	4
Gambar 3.1 Key Informan .....	24
Gambar 3.2 Informan 1 .....	24
Gambar 3.3 Informan 2 .....	25
Gambar 4.1 Logo pertama kanal @PutriDelinaProduction .....	29
Gambar 4.2 Logo kedua kanal @PutriDelinaProduction .....	30
Gambar 4.3 Youtube Putri Delina .....	33
Gambar 4.4 Playlist Kasul .....	34
Gambar 4.5 Statistik Data Video @PutriDelinaProductions .....	35
Gambar 4.6 Konten Challenge .....	36
Gambar 4.7 Film Pendek .....	38
Gambar 4.8 Daily Vlog .....	39
Gambar 4.9 Cover Lagu .....	39
Gambar 4.10 Cover Lagu .....	40
Gambar 4.11 Lagu Putri Delina .....	41
Gambar 4.12 KASUL .....	42
Gambar 4.13 PD Games .....	43
Gambar 4.14 Daily VLog Collab .....	44
Gambar 4.15 Daily VLog Nyanyi Bareng Keluarga .....	44
Gambar 4.16 Sambal Matah Buatan Ka Lini .....	45
Gambar 4.17 <i>Trailer Movie</i> Wakaf .....	47
Gambar 4.18 Daily Vlog .....	47
Gambar 4.19 Masak Bareng Putri .....	48

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir .....	19
Bagan 4.1 Struktur Organisasi .....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Administrasi
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 : Reduksi Data
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 : Form Perbaikan

