

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING CONTENT CREATOR*  
DALAM *CHANNEL* YOUTUBE BAPACK NADIEM**

**Skripsi**

**Oleh :**

**Ilyas Anggoro**

**201910415100**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapack Nadiem

Nama Mahasiswa : Ilyas Anggoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415100

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR  
NIDN. 0312077903

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Analisis Personal Branding Content Creator Dalam Channel YouTube Bapack Nadiem*

Nama Mahasiswa : Ilyas Anggoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415100

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom  
0914128902

Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, ST., S.IP., M.IR  
0312077903

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom  
0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

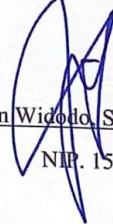


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

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 yang berjudul “Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapack Nadiem”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat ini, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang ada.

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjam dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Saya juga 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, 01 Agustus 2023



201910415100

## ABSTRAK

**Ilyas Anggoro, 201910415100.** Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapack Nadiem.

Penelitian ini mengenai Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapack Nadiem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* yang dibangun oleh Nadiem Attar Tarigan pada *channel* YouTube Bapack Nadiem. Bapack Nadiem menggombalkan perempuan-perempuan di aplikasi Ome TV, hampir semua perempuan terpukau dengan gombalan Bapack Nadiem sehingga Bapack Nadiem memiliki eksistensi dirinya dengan jago gombal kepada perempuan-perempuan yang bertemu di aplikasi Ome TV. Hadirnya *content creator* karena adanya *platform* media sosial YouTube. *Content creator* Bapack Nadiem membuat konten sesuai dengan *branding* yang dipunyai yaitu tukang gombal. Dalam hal ini seorang *content creator* membutuhkan *personal branding* agar dapat membedakan dari *content creator* lainnya dan dapat mempertahankan eksistensinya di YouTube. Sama halnya dengan Bapack Nadiem dengan konten yang dibuatnya sangat memperlihatkan kemampuannya dalam menggombalkan perempuan yang membuat perempuan tersebut terpukau pada saat bicara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif menggunakan teori Peter Montonya mengenai delapan model pembentuk *personal branding*, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, nama baik. Berdasarkan hasil penelitian dari delapan model tersebut Bapack Nadiem memiliki delapan konsep tersebut, namun yang paling dominan di implementasikan oleh Bapack Nadiem adalah spesialisasi, kepribadian, dan perbedaan. Dalam membangun *personal branding* di *channel* YouTube Bapack Nadiem memiliki konsistensi dalam membuat konten bermain aplikasi Ome TV.

**Kata Kunci:** *Content Creator, Personal Branding, Media Sosial, YouTube.*

## ABSTRACT

*Ilyas Anggoro, 201910415100. Personal Branding Content Creator Analysis On The Bapack Nadiem YouTube Channel.*

*This research concerns Personal Branding Content Creator Analysis on the Bapack Nadiem YouTube Channel. This study aims to determine the personal branding built by Nadiem Attar Tarigan on the Bapack Nadiem YouTube channel. Bapack Nadiem flirts with women on the Ome TV application, almost all women are fascinated by Bapack Nadiem's gossip so that Bapack Nadiem has an existence of himself by being good at flirting with women who meet on the Ome TV application. The presence of content creators is due to the YouTube social media platform. Content creator Bapack Nadiem creates content in accordance with his branding, namely goofball. In this case a content creator needs personal branding in order to differentiate from other content creators and to maintain their existence on YouTube. It's the same with Bapack Nadiem, with the content he makes, which really shows his ability to make fun of women, which makes these women amazed when they talk. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data analysis used in this study is descriptive analysis using Peter Montonya's theory regarding eight models of personal branding formation, namely specialization, leadership, personality, difference, visibility, unity, firmness, good name. Based on the research results of the eight models, Bapack Nadiem has these eight concepts, but the most dominant ones implemented by Bapack Nadiem are specialization, personality, and differences. In building personal branding on the YouTube channel, Bapack Nadiem has consistency in creating content to play the Ome TV application.*

**Keywords:** *Content Creator, Personal Branding, Social Media, YouTube.*



## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kepada Allah SWT atas segala pertolongan, kekuatan, kemudahan, dan karunia-Nya sehingga penulis berada sampai pada tahap ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan kakak yang selalu memberi doa dan memotivasi penulis serta semua dukungan baik moril maupun materiel sehingga penulis tetap berjuang menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Personal Branding Content Creator* Dalam *Channel* YouTube Bapak Nadiem”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam mata kuliah skripsi.

Penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan laporan ini, yaitu kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Prof. Dr. Drs., H. Bambang Karsono, S.H., M.M, 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, S.Sos., M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom, Selaku Ketua Penguji.
6. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR, Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberi arahan dan masukkan, serta motivasi penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom, Selaku Sekretaris Penguji.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari semua pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Ilyas Anggoro

## DAFTAR ISI

<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>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.5.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kerangka Konsep .....	12
2.2.1 Media Sosial .....	12
2.2.2 <i>Content Creator</i> .....	13
2.2.3 <i>Branding</i> .....	13
2.3 Kerangka Teori .....	15
2.3.1 <i>Personal Branding</i> .....	15
2.3.2 Teori Peter Montoya, 2002 .....	15
2.4 Kerangka Pemikiran .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	21



3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Informan Penelitian .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.4.1 Wawancara .....	22
3.4.2 Observasi .....	23
3.4.3 Dokumentasi .....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	23
3.5.1 Reduksi Data .....	23
3.5.2 Penyajian Data .....	24
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	24
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	24
3.6.2 Waktu Penelitian .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	26
4.1.1 Profil Bapack Nadiem .....	26
4.1.2 <i>Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	28
4.2 Profil Informan .....	31
4.3 Hasil Penelitian .....	35
4.3.1 <i>Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	36
4.3.2 Isi Konten <i>Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	37
4.3.3 Upaya Membangun <i>Personal Branding</i> Bapack Nadiem .....	44
4.4 Hasil Pembahasan .....	47
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	25
Tabel 4.1 Tabel Informan .....	32



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Profile</i> YouTube Bapack Nadiem .....	3
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial .....	5
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> obrolan Bapack Nadiem .....	6
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> obrolan Bapack Nadiem .....	7
Gambar 4.1 <i>Profile</i> Bapack Nadiem .....	26
Gambar 4.2 Bapack Nadiem .....	27
Gambar 4.3 <i>Profile</i> YouTube YouTube Bapack Nadiem .....	28
Gambar 4.4 <i>Playlist Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	29
Gambar 4.5 Unggahan Pertama Konten Bermain Aplikasi Ome TV .....	30
Gambar 4.6 Bapack Nadiem .....	33
Gambar 4.7 Sultan Aziz .....	33
Gambar 4.8 Nabila Aulia Putri .....	34
Gambar 4.9 Ikhsan Notonegoro .....	35
Gambar 4.10 Konten YouTube aplikasi Ome TV .....	36
Gambar 4.11 Nama <i>Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	37
Gambar 4.12 Konten dengan Jeje .....	38
Gambar 4.13 Awal Konten Ome TV Jeje dengan Nadiem .....	39
Gambar 4.14 Konten Ome TV .....	40
Gambar 4.15 Konten Pertemuan <i>Offline</i> .....	41
Gambar 4.16 Grafik Data <i>Views</i> Konten .....	41
Gambar 4.17 Grafik Data <i>Live Streaming</i> .....	42
Gambar 4.18 <i>Live Streaming Channel</i> YouTube Bapack Nadiem .....	43
Gambar 4.19 Membuat Konten dengan Adik Nadiem .....	45

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....20





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Riwayat Hidup
- Lampiran II. Transkrip Wawancara
- Lampiran III. Reduksi Data
- Lampiran IV. Dokumentasi
- Lampiran V. Kartu Bimbingan
- Lampiran VI. Form Perbaikan

