

**PERSPEKTIF *SUBSCRIBER* DALAM *PERSONAL*
BRANDING TASYA FARASYA MELALUI YOUTUBE**

SKRIPSI

Oleh :

Luchpiah

201910415194



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PERSPEKTIF *SUBSCRIBER* DALAM
PERSONAL BRANDING TASYA
FARASYA MELALUI YOUTUBE

Nama Mahasiswa : Luchpiah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415194

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0310068902

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERSPEKTIF *SUBSCRIBER* DALAM
PERSONAL BRANDING TASYA FARASYA
MELALUI YOUTUBE**

Nama Mahasiswa : Luchpiah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415194

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si.
NIDN. 0313088106

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

Sekretaris Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.
NIDN. 0323127802

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

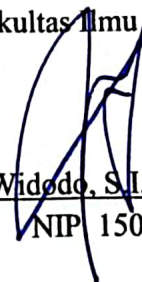
Ilmu Komunikasi



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 “*Perspektif Subscriber Dalam Personal Branding Tasya Farasya Melalui Youtube*” 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 sesuai dengan kaidah penulisan karya 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 digandakan melalui Perpustakaan 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, 1 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Luchpiah

201910415194

ABSTRAK

Luchpiah 201910415194, Perspektif *Subscriber* Dalam *Personal Branding* Tasya Farasya Melalui Youtube.

Media sosial dapat memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk dapat saling berinteraksi didalamnya, sama halnya dengan *personal branding*, dimana *personal branding* didapatkan dari penilaian orang lain terhadap kemampuan yang dimiliki seseorang. Melalui media sosial, seseorang dapat berinteraksi dengan menampilkan kemampuan yang dimiliki sehingga menimbulkan penilaian orang lain terhadapnya dan membangun *personal branding* didalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif *subscriber* dalam *personal branding* Tasya Farasya melalui youtube dengan menganalisis salah satu konten miliknya yang berjudul *makeup filter tiktok tutorial*, jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif untuk dapat mendeskripsikan hasil dari penelitian. Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan wawancara, dokumentasi, observasi, dan studi pustaka. Data tersebut dianalisis kemudian ditarik kesimpulannya. Hasil penelitian ini yaitu Tasya Farasya telah menunjukkan *Authenticity* (keotentikan), *Integrity* (integritas), *Consistency* (konsistensi), *Specialization* (spesialisasi), *Authority* (otoritas), *Differentiation* (keberbedaan), *Relevant* (relevan), *Visibility* (visibilitas), *Persistence* (kegigihan), *Goodwill* (kebaikan), *Performance* (kinerja) pada konten *makeup filter tiktok tutorial* yang dibuatnya di youtube. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa media sosial bukan hanya sebagai media hiburan tetapi bisa menjadi media untuk menunjukkan *personal branding*.

Kata Kunci : Perspektif *subscriber*, Media Sosial, *Personal Branding*, Youtube

ABSTRACT

Luchpiah 201910415194, *Subscriber Perspective In Tasya Farasya's Personal Branding Through Youtube*

Social media can provide facilities for its users to be able to interact with each other in it, as well as personal branding, where personal branding is obtained from other people's assessment of one's abilities. Through social media, a person can interact by displaying the abilities they have so that it gives rise to other people's judgments about them and builds personal branding in them. This study aims to determine the perspective of subscribers in Tasya Farasya's personal branding through YouTube by analyzing one of her contents entitled Makeup Filter Tiktok Tutorial, the type of research used is descriptive qualitative to be able to describe the results of the research. This study collected data by interviews, documentation, observation, and literature study. The data is analyzed then conclusions are drawn. The results of this study are that Tasya Farasya has shown Authenticity, Integrity, Consistency, Specialization, Authority, Differentiation, Relevant, Visibility, Persistence, Goodwill, Performance on the content makeup filter titiok tutorials she makes on YouTube. Based on this proves that social media is not only a medium of entertainment but can be a medium to show personal branding.

Keywords: *Subscriber's Perspective, Social Media, Personal Branding, Youtube*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Perspektif *Subscriber* Dalam *Personal Branding* Tasya Farasya Melalui Youtube”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir sebagai Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selama mengerjakan skripsi ini peneliti ingin berterima kasih kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa serta dukungan, serta kepada dosen pembimbing dan teman-teman yang memberikan bantuan serta motivasi pada penelitian ini sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Tidak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen.Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. 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. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
5. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu peneliti dalam memberikan bimbingan selama pengerjaan proposal skripsi sampai Skripsi.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah berkontribusi dalam memberikan ilmu selama peneliti menempuh perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

7. Kepada INTEL geng Rahmalia Agustin, Naurah Sekar Athirah, Afni Fadhilah Putri, Anisa Nurfadhilah dan Adytia Maulana Suhatman sebagai teman-teman peneliti serta teman seperjuangan sarjana yang telah memberikan dukungan kepada peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman SMA Ujah, Fahri, Sarahah, Enid, dan Candra yang sudah mensupport peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada para informan penelitian atau *subscriber* Tasya Farasya yang telah bersedia untuk dicantumkan namanya dalam penelitian ini.
10. Teruntuk laki-laki berinisial PBP yang selalu memberikan semangat dan support dengan kebahagiaan sederhana, terima kasih selalu menemani, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebahagiaan.

Akhir kata penulis berharap agar Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi peneliti yang akan membuat penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta, 1 Agustus 2023



Luchpiah

201910415194

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Review Penelitian Sejenis.....	9
2.2 Kerangka Konsep.....	15
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	15
2.2.2 <i>Beauty Influencer</i>	19
2.2.3 Media Sosial.....	19
2.2.4 Youtube.....	20
2.2.5 <i>Subscriber</i>	22
2.2.6 Perspektif	22
2.2.7 <i>Content Analysis</i>	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Informan penelitian.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Studi Pustaka.....	28
3.3.2 Observasi.....	28
3.3.3 Dokumentasi	28
3.3.4 Pencarian Data Online	29
3.3.5 Wawancara.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Triangulasi Data.....	31
3.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Profil Informan.....	36
4.3 Hasil Dan Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	3
Tabel 2. 1.....	14
Tabel 2. 2	15
Tabel 3. 1.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	2
Gambar 4. 1 Profil Youtube Tasya Farasya	33
Gambar 4. 2 Breakout Creator of The Year oleh Popbela Tahun 2018.....	35
Gambar 4. 3 Launching produk terbaru dari brand Mother of Pearl Tahun 2023 .35	
Gambar 4. 4 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	37
Gambar 4. 5 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	38
Gambar 4. 6 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	38
Gambar 4. 7 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	39
Gambar 4. 8 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	40
Gambar 4. 9 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	40
Gambar 4.10 Produk Mother Of Pearl.....	39
Gambar 4.11 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	40
Gambar 4.12 Komentar pada konten makeup filter tiktok tutorial.....	40
Gambar 4.13 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	41
Gambar 4.14 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	41
Gambar 4.15 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	42
Gambar 4.16 Konten makeup filter tiktok tutorial.....	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa
- LAMPIRAN 2 : Transkrip Wawancara Informan/*Subscriber*
- LAMPIRAN 3 : Dokumentasi dan Bukti *Screenshot* Wawancara
- LAMPIRAN 4 : Kartu Bimbingan Proposal dan Skripsi
- LAMPIRAN 5 : Form Perbaikan

