

**PERSONAL BRANDING FIKI NAKI MELALUI
CHANNEL YOUTUBENYA
(Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)**

SKRIPSI



**Disusun oleh:
Senandhara Dewanda Prayitno
201710415157**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**



**PERSONAL BRANDING FIKI NAKI MELALUI
CHANNEL YOUTUBENYA
(Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)**

SKRIPSI



**Disusun oleh:
Senandhara Dewanda Prayitno
201710415157**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Personal Branding Fiki Naki melalui Channel
Youtubanya (Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)

Nama Mahasiswa : Senandhara Dewanda Prayitno

Nomer Pokok Mahasiswa : 201710415157

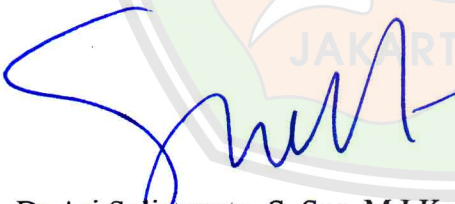
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 29 Juli 2022

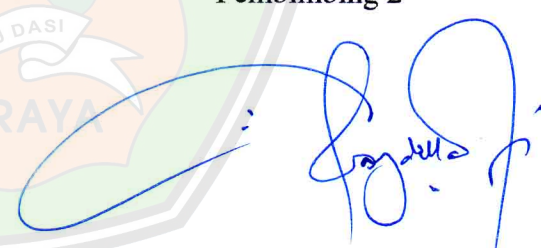
Jakarta, 5 Agustus 2022

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Dr. Ari Sulistyanto. S. Sos. M.I.Kom

NIDN 0303077002


Aryadillah.S.Sos.I.M.M.M.I.Kom

NIDN 0329088601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Personal Branding Fiki Naki Melalui Channel
Youtubenya (Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)

Nama Mahasiswa : Senandhara Dewanda Prayitno

Nomer Pokok Mahasiswa : 201710415157

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 29 Juli 2022

Jakarta, 5 Agustus 2022

MENGESAHKAN

Ketua penguji : Novrian, S.Sos, M.I.Kom

NIDN: 0309097603

Penguji I : Dr Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.kom

NIDN: 303077002

Penguji II : Sigit Surahman, S. Sn., M. Si

NIDN : 0416 118205

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

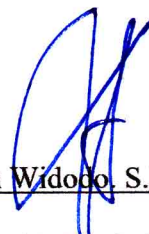


Moh Rifaldi Akbar S.Sos,M.Si

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

PERSONAL BRANDING FIKI NAKI MELALUI CHANNEL YOUTUBENYA (Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang dituliskan 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 dan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan 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 portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 5 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Senandhara Dewanda Prayitno

201710415157

ABSTRAK

SENANDHARA DEWANDA PRAYITNO 201710415157. Personal Branding Fiki Naki Melalui Channel Youtubenya (Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana Fiki Naki membangun personal branding melalui channel youtubenya dengan menjelaskan bagaimana Fiki Naki membangun personal branding dari yang belum dikenal orang sampai dikenal orang, Penelitian ini dilakukan di channel youtubenya Fiki Naki yang dimana didalam channel tersebut terdapat konten yang nanti akan di analisis oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kualitatif diskriptif yaitu menganalisis, mengkodekan, mendeskripsikan dan menjelaskan temuan yang didapat dari hasil penelitian di lapangan. Subjek penelitian ini adalah dialog dari konten yang ada pada channel youtube Fiki Naki dengan metode observasi dan dokumentasi sebagai pengumpulan data, teknik analisa data yang digunakan analisis data kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa tema-tema yang berada di dalam dialog dari konten tersebut dan memunculkan beberapa konsep personal branding Fiki Naki yang di miliki yaitu Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), Keterlihatan (*The Law of Visibility*), kesatuan (*The Law of Unity*), ketangguhan (*The Law of persistence*), Nama Baik (*The Law of Goodwill*) dan juga menggunakan strategi yang digunakan pada teori manajemen impresi yang pertama *Ingratiation*, yang kedua *self-promotion*, dan yang ketiga *Exemplification* dengan hal tersebut dapat menggambarkan personal branding Fiki Naki di depan publik dan juga sebagai alat pemasaran dan promosi dirinya agar mudah dikenali dan diketahui oleh publik banyak.

Kata kunci : Personal Branding, Teori Manajemen Impresi, Media Sosial

ABSTRACT

SENANDHARA DEWANDA PRAYITNO 201710415157. Fiki Naki's Personal Branding Through his Youtube Channel (Content Analysis of Youtuber Fiki Naki)

The purpose of this study is to find out how Fiki Naki builds personal branding through his YouTube channel by explaining how Fiki Naki builds personal branding from unknown to people until people know him. will be analyzed by researchers. This study uses descriptive qualitative content analysis research methods, namely analyzing, coding, describing, and explaining the findings obtained from the results of research in the field. The subject of this research is the dialogue of the content on Fiki Naki's youtube channel with observation and documentation methods as data collection, data analysis techniques used are qualitative data analysis, the results of the study show that there are several themes in the dialogue of the content and gave rise to several concepts of personal branding Fiki Naki has, namely Specialization (The Law of Specialization), Leadership (The Law of Leadership), personality (The Law of Personality), Difference (The Law of Distinctiveness), Visibility (The Law of Visibility). , unity (The Law of Unity), toughness (The Law of persistence), Good Name (The Law of Goodwill), and also using the strategies used in the first impression management theory Ingratiation, the second self-promotion, and the third Exemplification with it can describe Fiki Naki's personal branding in public and also as a marketing and self-promotion tool are easy to recognize and known by many public

Keywords: Personal Branding, Impression Management Theory, Social Media

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa Memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Berkat perjuangan yang tak kenal menyerah serta diiringi dengan doa maka skripsi dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan.

Penulisan skripsi ini menjadikan salah satu tugas akhir dan menjadi syarat wajib untuk mendapatkan nilai dimata kuliah skripsi. Skripsi ini merupakan sebagian dari penelitian yang sudah peneliti buat dengan mengaplikasikan teori yang telah didapatkan dikelas. Skripsi yang peneliti buat ini berjudul **“Personal Branding Fiki Naki Melalui Channel Youtubenya (Analisis Isi Youtuber Fiki Naki)”**.

Dalam mengerjakan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Allah SWT serta orang tua dan juga orang-orang yang sudah memberikan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H., 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. 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 Satu yang telah membimbing, memberikan banyak masukan serta
5. saran dari awal proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah membimbing, memberikan banyak masukan serta saran

dari awal proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu penelitian membuat skripsi.
8. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu membimbing, memberikan, semangat serta mencurahkan kasih sayang, nasihat, materil, serta doa setiap harinya.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Khususnya angkatan 2016 dan 2017 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermakna bagi yang membaca.

Jakarta, 5 Agustus 2022

Penulis



Senandhara Dewanda Prayitno

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Pertanyaan Masalah	12
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.5. Kegunaan Penelitian	13
1.5.1. Kegunaan Penelitian Praktis	13
1.5.2. Kegunaan Penelitian Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Konsep	21
2.2.2 Personal Branding	21
2.2.3 Media Sosial	23
2.2.4 Youtube	24
2.3 Kerangka Teori	24
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28

3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Metodologi Penelitian	29
3.3 Paradigma penelitian	29
3.4 Subjek dan Objek	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Keabsahan Data	34
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.8 Waktu dan Tempat Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.2 Fiki Naki Membangun Personal Branding di Channel Youtubanya	39
4.1.3 Konten-Konten Membangun Personal Branding Fiki Naki di Channel Youtubanya	46
4.1.5 Personal Branding Fiki Naki Dalam Konten Youtubanya Penilaian Antar Coder Menggunakan Formula Cohe Kappa	50
4.2 Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Subjek dan Objek	28



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data follower Fiki Naki dari aplikasi noxInfluencer	2
Gambar 1.2. Data yang Menyukai Video Fiki Naki aplikasi noxInfluencer	3
Gambar 1.3. Data Follower Fiki Naki dari aplikasi noxInfluencer	4
Gambar 1.4. Data yang menyukai video Fiki Naki aplikasi noxInfluencer	4
Gambar 1.5. Data video Fiki Naki yang di tonton	5
Gambar 1.6. Daftar follower Fiki Naki dari aplikasi webstagram	5
Gambar 1.7. Data postingan, caption like dan commens dari instagram	6
Gambar 1.8. Data suka dan comments Fiki Naki	6
Gambar 1.9. Isi dari Instagram Fiki Naki	8
Gambar 1.10. Isi dari Instagram Fiki Naki	8
Gambar 1.11. Isi konten di youtube Channel Fiki Naki	8
Gambar 1.12 hastag yang ada di konten youtube Fiki Naki	9
Gambar 1.13 tagline yang digunakan Fiki Naki dikotennya	9
Gambar 1.14 tagline yang digunakan Fiki Naki dikontennya	9
Gambar 1.15 thumnauld youtube Fiki Naki pada kontennya	10
Gambar 1.16 thumnauld youtube Fiki Naki pada kontennya	10
Gambar 4.1. layar depan channel youtube Fiki Naki	38
Gambar 4.2 comment yang ada di konten Fiki Naki.....	44
Gambar 4.3 comment yang ada di konten Fiki Naki.....	44
Gambar 4.4 comment yang ada di konten Fiki Naki	45
Gambar 4.5 comment yang ada di knten Fiki Naki	45
Gambar 4.6 Konten Pertama Fiki Naki	46
Gambar 4.7 Konten Kedua Fiki Naki	47
Gambar 4.8 Konten Ketiga Fiki Naki	49





DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran	24



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup (CV)
- LAMPIRAN 2 : Dokumen – Dokumen
- LAMPIRAN 3 : konten yang di analisis, Profil Konten, Durasi Konten, konten dikoding, hasil analisis pekodingan A dan hasil analisis pekoding B menghitung persetujuan yang diamati, menghitung persetujuan yang diharapkan,
- LAMPIRAN 4 : Dokumentasi
- LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Sidang Skripsi



