PERSONAL BRANDING PEBILIAR SEKSI DALAM MEMBENTUK CITRA DAN PROMOSI BILIAR

SKRIPSI

Oleh:

Khadavi Fraja Ihsan

202110415226

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PERSONAL BRANDING PEBILIAR SEKSI DALAM MEMBENTUK CITRA DAN PROMOSI BILIAR

SKRIPSI

Oleh:

Khadavi Fraja Ihsan

202110415226

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: *Personal Branding* Pebiliar Seksi Dalam Membentuk Citra Dan Promosi Biliar
Nama Mahasiswa	: Khadavi Fraja Ihsan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415226
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 07 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par

NIDN. 0310068902

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: *Personal Branding* Pebiliar Seksi Dalam Membentuk Citra Dan Promosi Biliar
Nama Mahasiswa	: Khadavi Fraja Ihsan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415226
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 07 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Rina Sovianti, S.IP., M.Si NIDN. 0301047107	.....
Penguji	: Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par NIDN. 0310068902	.....
Sekretaris Penguji	: Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0327119701	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Personal Branding* Pebiliar Seksi Dalam Membentuk Citra Dan Promosi Biliar 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 difoto copy 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, 17 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Khadavi Fraja Ihsan

202110415226

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Khadavi Fraja Ihsan, 202110415226. *Personal Branding* Pebiliar Seksi Dalam Membentuk Citra Dan Promosi Biliar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana personal branding pebiliar seksi dalam membentuk citra dan promosi biliar. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada teknik analisis data oleh Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra diri yang di bangun secara konsisten melalui konten digital, partisipasi dalam turnamen, serta interaksi dengan audiens, berperan penting dalam memperkuat identitasnya sekaligus mempromosikan olahraga biliar. Strategi yang di terapkan tidak hanya menciptakan daya tarik personal, tetapi juga membantu meningkatkan popularitas biliar di Indonesia melalui pendekatan yang autentik dan profesional.

Kata Kunci: Personal Branding, Pebiliar, Citra, Promosi, Biliar.

ABSTRACT

Khadavi Fraja Ihsan, 202110415226. *Personal Branding of a Sexy Billiards Player in Shaping Image and Promoting Billiards*

This study aims to explore how the personal branding of a sexy billiard player shapes their image and contributes to the promotion of billiards. This research employs a qualitative descriptive approach, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The data analysis technique follows the model proposed by Miles and Huberman, which consists of three stages: data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that a consistently built self-image through digital content, participation in tournaments, and audience engagement plays a crucial role in strengthening the player's identity while promoting the sport of billiards. The applied strategy not only creates personal appeal but also helps increase the popularity of billiards in Indonesia through an authentic and professional approach.

Keywords: *Personal Branding, Billiard Player, Image, Promotion, Billiards.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberi kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Personal Branding* Pebiliar Seksi Dalam Membentuk Citra Dan Promosi Biliar". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami strategi personal branding dan pengaruhnya terhadap citra serta promosi olahraga biliar. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan karya ini dan meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.

Proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai tantangan dan kendala yang harus dihadapi. Namun, dengan dukungan, bimbingan, serta kerja sama dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si Selaku Kepala Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus Pembimbing Akademik program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom,. M.Tr.Par selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Kedua orang tua penulis yang selalu yang memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang tanpa batas.

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak ilmu-ilmunya kepada penulis, serta kepada seluruh staf akademik yang berperan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Nur Ramdhani Toto selaku Subjek Penelitian yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penelitian.
8. Rekan-rekan tercinta penulis yaitu, Muhamad Fikri Ramdhani, Farid Setiana, Rama Maulana Nurwahyudin, Inesha Maharani, Annya Ollivia Maxiemova, Andini Putri Larasati, Muhammad Syahri, Ricky Wijaya Chandra, Cahyo Maulidan Hamzah, Ahmad Firza Ilyas Putra, Tegar Pangestu, Elsa Salsabila, Muhammad Lintar Pramukti, Fakhri Febriansyah, dan Daud Hasyim. Terima kasih atas semua dukungan, semangat, dan motivasi yang tiada henti yang telah kalian diberikan untuk penulis.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak, terutama mereka yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap, hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat serta dampak positif bagi berbagai pihak yang berkepentingan, dan menjadi kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 17 Februari 2025

Khadavi Fraja Ihsan

202110415226

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

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 ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Kegunaan Penelitian 6
1.5.1 Kegunaan Teoritis 6
1.5.2 Kegunaan Praktis 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**

2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Kerangka Konsep 13
2.2.1 *Personal Branding* 13
2.2.2 Citra 16
2.2.3 Promosi 18
2.2.4 Pebiliar 21

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Berpikir 22

BAB III METODE PENELITIAN 24

3.1 Pendekatan Penelitian 24
3.2 Desain Penelitian 24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 25
3.3.1 Subjek Penelitian 25
3.3.2 Objek Penelitian 26
3.4 Teknik Pengumpulan Data 26
3.5 Teknik Analisis Data 27
3.6 Keabsahan Data 28
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 29
3.7.1 Tempat Penelitian 29
3.7.2 Waktu Penelitian 30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31

4.1 Gambaran Umum Penelitian 31
4.2 Hasil Penelitian 32
4.3 Pembahasan 56

BAB V PENUTUP 65

5.1 Kesimpulan 65
5.2 Saran 66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Atlet Billiar Wanita Indonesia Perwakilan Sea Games 1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 3.7 Waktu Penelitian 30

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Nur Ramdhani Toto 2
Gambar 1.2 Judul Video dunia MANJI & Komentar Salah Satu Subscriber Channel Youtube dunia Manji 2
Gambar 1.3 Poster Digital *Fun Games With* Nuy 3
Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus 17
Gambar 4.1 Nur Ramdhani Toto 31
Gambar 4.2 Reels Instagram Nur 32
Gambar 4.3 Prestasi Nur Pada Kompetisi 34
Gambar 4.4 *Thumbnail* Youtube Menyoroti Keseksian Visual Nur 46
Gambar 4.5 Nur Kurang Dikenal Sebagai Atlet 47
Gambar 4.6 Nur Lebih Dikenal Atas Daya Tarik Visualnya 47
Gambar 4.7 Audiens Termotivasi Atas Konten Biliar Nur 50
Gambar 4.8 Motivasi Audiens Menjadi Pengikut Nur 50

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Berpikir..... 22

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi

Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara Nur Ramhdani Toto

Lampiran 4 : Transkrip Wawancara, Catatan Lapangan, dan Hasil Dokumentasi

Lampiran 5 : Tabel Reduksi

Lampiran 6 : Kartu Konsultasi

Lampiran 7 : Form Perbaikan Skripsi

Personal Branding.., Khadavi Fraja Ihsan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025