

***PERSONAL BRANDING* MIAWAUG DALAM MEMBENTUK
CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

SKRIPSI



dusun oleh

Dhava Januar Pandhita

19.96.1052

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

***PERSONAL BRANDING* MIAWAUG DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI
MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh
Dhava Januar Pandhita
19.96.1052

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

***PERSONAL BRANDING* MIAWAUG DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI
MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhava Januar Pandhita

19.96.1052

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 18 Januari 2023

Dosen Pembimbing,



Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302521

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PERSONAL BRANDING MIAWAUG DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI
MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhava Januar Pandhita

19.96.1052

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 18 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302521

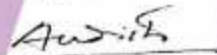
Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Audith M. Turmudhi, Drs., MM

NIK. 190302358

Tanda Tangan



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 2 Februari 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Oktober 2022



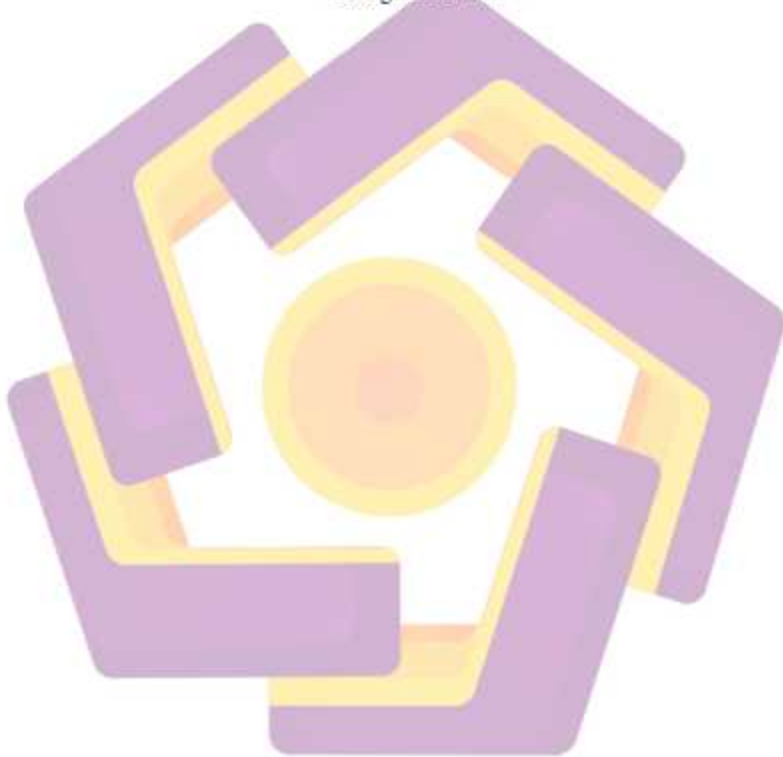
Dhava Januar Pandhita

NIM. 19.96.1052

MOTO

*“Saya pernah mendengar orang bijak mengatakan tidak ada orang yang sempurna,
tapi saya berpikirl bahwa hanya ada niat yang sempurna.”*

~ Morgan Freeman ~



PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam selalu penulis panjatkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan dan kita nantikan syafaatnya di akhir zaman nanti. Dalam penulisan naskah skripsi ini penulis mengucapkan rasa syukur dan banyak berterimakasih kepada :

1. Kedua Orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara material maupun moril.
2. Ibu Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A, selaku dosen pembimbing skripsi ini yang telah memberikan ilmu dan arahan terhadap skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan bekal berupa ilmu yang bermanfaat.
4. Teman-teman, dan sahabat yang sudah memberikan semangat kepada saya
5. Semua pihak yang sudah membantu atas kelancaran skripsi ini yang tidak dapat dituliskan satu-persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini, penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya sebagai peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orangtua yang selalu mendukung dan memberikan do'a
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
5. Ibu Novita Ika Purnamasari, S.IKom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan arahan terhadap skripsi ini.
6. Teman-teman dan sahabat yang sudah memberikan semangat kepada saya
7. Semua pihak yang sudah membantu penulsi dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 18 Januari 2023



Dhava Januar Pandhita

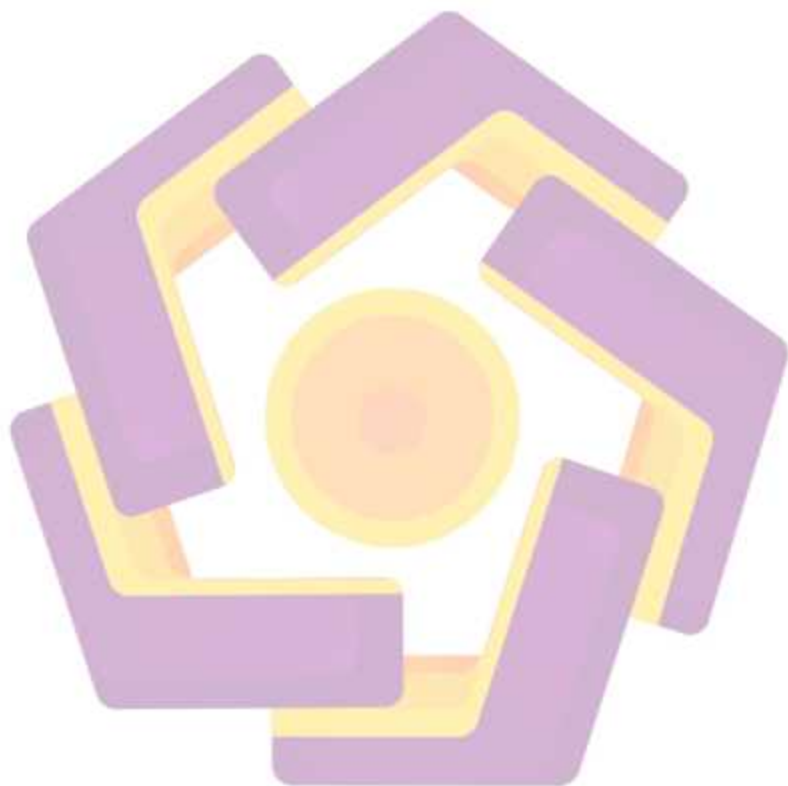
DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10

1.5 Sistematika Bab.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Konsep <i>Authentic Personal Branding</i>	12
2.1.2 <i>Personal Branding</i>	14
2.1.3 Citra Diri	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Berpikir.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Paradigma Penelitian.....	25
3.4 Sumber Data.....	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder.....	26
3.5 Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.5.1 Subjek Penelitian.....	26
3.5.2 Objek Penelitian.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.8 Validitas Data.....	31

3.8.1 Triangulasi Waktu.....	32
3.9 Teknik Penyajian Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Profil MiawAug	34
4.2 Temuan Data	36
4.2.1 <i>Content 1</i> “Food Truck Simulator”.....	36
4.2.2 <i>Content 2</i> “Gas Station Simulator”.....	37
4.2.3 <i>Content 3</i> “Bakso Simulator”.....	39
4.2.4 <i>Content 4</i> “Stray”.....	40
4.2.5 <i>Content 5</i> “Warnet Simulator”.....	42
4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian	43
4.3.1 <i>Authentic Personal Branding</i>	43
4.3.1.1 Spesialisasi (<i>Specialization</i>).....	44
4.3.1.2 Konsistensi (<i>Consistency</i>).....	50
4.3.1.3 Keistimewaan (<i>Distinctiveness</i>).....	52
4.3.1.4 Relevan (<i>Relevant</i>).....	53
4.3.1.5 Perbuatan Baik (<i>Goodwill</i>).....	55
4.3.2 <i>Personal Branding</i>	57
4.3.3 Citra Diri	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62

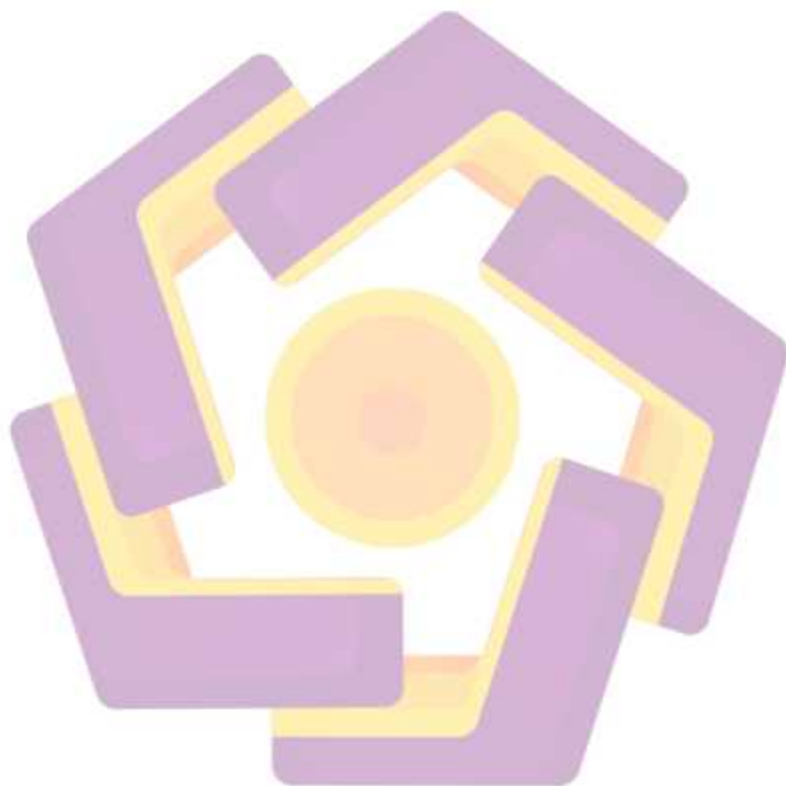
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64



DAFTAR GAMBAR

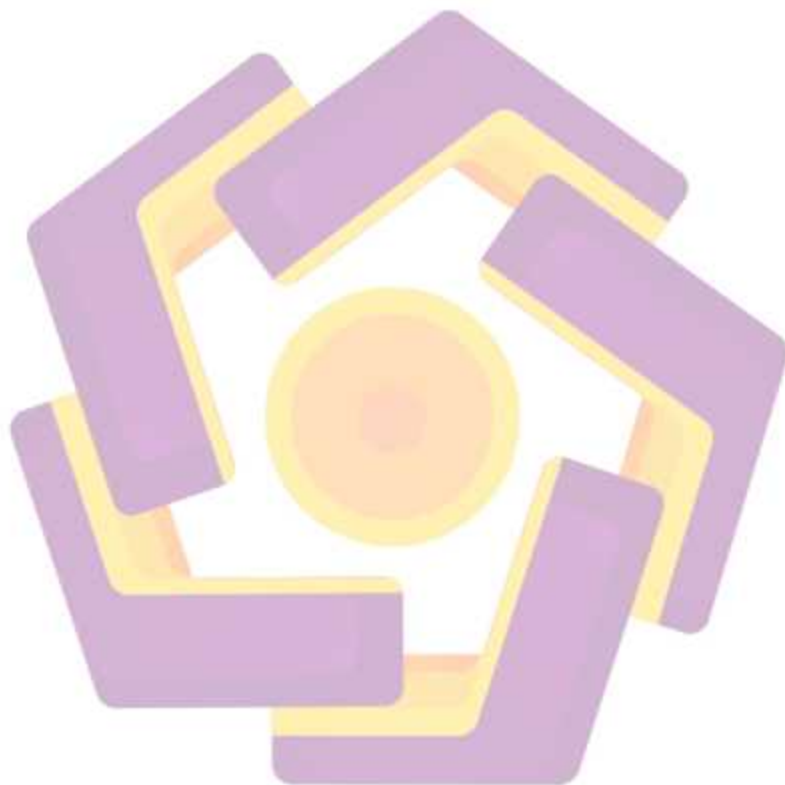
Gambar 1.1 Statistik “Hootsuite” Youtube	1
Gambar 1.2 Konten MiawAug 15 Oktober 2022 hingga 21 Oktober 2022	3
Gambar 1.3 Statistik “Openslate” 100 <i>Most Viewed Content</i> Indonesia	4
Gambar 1.4 Statistik “Social Blade” jumlah <i>views</i> MiawAug	5
Gambar 1.5 Bentuk Interaksi MiawAug di Youtube	6
Gambar 1.6 Perbandingan Windah Bastudara dan MiawAug	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 3.1 Analisis 5 <i>content</i> bahan penelitian melalui TubeBuddy	27
Gambar 4.1 Youtuber MiawAug	34
Gambar 4.2 <i>Content</i> Youtube MiawAug “Food Truck Simulator”	36
Gambar 4.3 <i>Content</i> MiawAug “Gas Station Simulator”	37
Gambar 4.4 <i>Content</i> MiawAug “Bakso Simulator”	39
Gambar 4.5 <i>Content</i> MiawAug “Stray”	40
Gambar 4.6 <i>Content</i> MiawAug “Warnet Simulator”	42
Gambar 4.7 Spesialisasi MiawAug dalam bermain “Food Truck Simulator”	45
Gambar 4.8 Spesialisasi MiawAug dalam bermain “Gas Station Simulator”	46
Gambar 4.9 Spesialisasi MiawAug dalam bermain “Bakso Simulator”	47
Gambar 4.10 Spesialisasi MiawAug dalam bermain “Stray”	48
Gambar 4.11 Spesialisasi MiawAug dalam bermain “Warnet Simulator”	49
Gambar 4.12 Konsistensi <i>volume</i> upload MiawAug	51

Gambar 4.13 Ciri khas MiawAug saat membawakan <i>content gaming</i>	52
Gambar 4.14 MiawAug menjelaskan tentang unsur dalam game.....	54
Gambar 4.15 MiawAug memberikan pesan kepada para penonton	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu <i>Personal Branding</i>	16
Tabel 4.1 Analisis <i>Personal Branding</i>	57



INTISARI

Personal branding merupakan salah satu aspek penting agar seseorang bisa dikenali melalui *branding* atau merek atas diri seseorang, meliputi hal-hal seperti ciri khas, keahlian, atau tingkah laku seseorang. Tak terkecuali bagi seorang *content creator* di media sosial Youtube seperti MiawAug, *personal branding* dibutuhkan agar para penonton maupun pengguna Youtube dapat membedakan MiawAug dengan *content creator* Youtube lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana *personal branding* MiawAug dalam membentuk citra diri melalui media sosial Youtube. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif, dan menggunakan paradigma *post-positivisme*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis strategi komunikasi, selain itu peneliti juga menggunakan teori *authentic personal branding* dari Hubert.K Rampersad, *personal branding*, dan citra diri untuk menganalisis *personal branding* MiawAug. Objek penelitian pada penelitian adalah *Personal Branding* MiawAug melalui *content* di *channel* Youtubenya. Subjek pada penelitian ini adalah 5 *content gaming* MiawAug dalam rentan waktu 2021 hingga 2022, yaitu *Food Truck Simulator*, *Gas Station Simulator*, *Bakso Simulator*, *Stray*, dan *Warnet Simulator*. Peneliti mendapatkan analisis hasil penelitian dengan menggunakan 5 konsep *personal branding* yaitu spesialisasi: jago bermain game, konsistensi: konsistensi dalam *upload content*, keistimewaan: ramah dan tidak pernah berkata kasar, relevan: menjelaskan sesuai dengan unsur *game* yang sedang dimainkannya, dan perbuatan baik: memberikan manfaat dan pesan pada setiap *content* di Youtubenya.

Kata kunci : *Personal branding*, MiawAug, Youtube, Citra Diri, *Gaming*

ABSTRACT

Personal branding is one of the important aspects so that a person can be recognized through branding or branding of a person. Including things such as a person's characteristics, expertise, or behavior. Content creators on YouTube social media such as MiawAug are no exception, personal branding is needed so that viewers and Youtube users can distinguish MiawAug from content creators . Based on this background, the researcher is interested in knowing how personal branding MiawAug's. The type of research used by researchers is descriptive qualitative, and uses a post-positivism. The method used in this study is the analysis of communication strategies, besides that the researcher also uses authentic personal branding Hubert.K Rampersad's personal branding, and self-image to analyze personal branding MiawAug's. The research object in this study is Personal Branding through content on channel . The subjects in this study were 5 content gaming MiawAug Food Truck Simulator, Gas Station Simulator, Bakso Simulator, Stray, and Warnet Simulator. Researchers get an analysis of research results using 5 personal branding , namely specialization: good at playing games, consistency: consistency in uploading content, features: friendly and never harsh words, relevant: explaining according to the elements of the game he is playing, and good deeds: giving benefits and messages for each content on YouTube.

Keywords: *Personal branding, MiawAug, Youtube, Self Image, Gaming*