

***SELF PRESENTATION PADA PERSONAL BRANDING  
ANDROGINI MELALUI YOUTUBE***  
**(Studi terhadap akun Youtube milik Jovi Adhiguna Hunter)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjanah Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**PUSPARINI ANUGERAH NUR RAHMAH**

**1131003069**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2017**

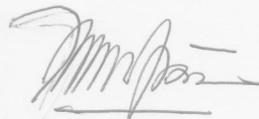
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Pusparini Anugerah Nur Rahmah**

**NIM : 1131003069**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 16 Agustus 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Pusparini Anugerah Nur Rahmah

NIM : 1131003069

Program Studi : Ilmu Komunikasi

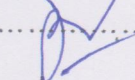
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Self Presentation* pada *Personal Branding* Androgini melalui Youtube (Studi terhadap Akun Youtube Jovi Adhiguna Hunter)

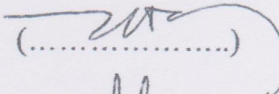
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PEMBAHAS

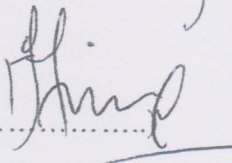
Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D

(.....)

Penguji 1 : Dra Suharyanti, M.S.M

(.....)

Penguji 2 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom

(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2017

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Tentunya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan baik itu secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak—pihak tersebut, yakni diantaranya:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang selalu bersifat terbuka dala membantu permasalahan mahasiswa baik yang sifatnya akademik maupun non akademik.
2. Miss Dianingtyas Murtanti Putri M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang dengan sabar membimbing akademik dari semester pertama, mengarahkan, memberi saran, memberi motivasi berharga untuk terus semangat menjalani hidup dan sukses menjalankan skripsi.
3. Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si, P.hD selaku dosen pembimbing skripsi yang membantu dalam membimbing, mengingatkan, dan memberi kemudahan untuk segera menyelesaikan skripsi dan lulus tahun ini dengan lancar dan tepat pada waktunya.
4. Ibu Suharyanti, Miss Dianingtyas Murtanti Putri, Ibu Tuti Widiastuti, Ibu Mirana Hanathasia, Miss Dessy Kania, Mba Ari Kurnia, Pak Pandit Soemawinata, Pak Erwin Airlangga, Ibu Leonita, Ibu Prima Mulya, Ibu Hesti, Pak Andreas Takdare dan dosen lainnya yang sudah memberikan ilmunya kepada saya, semoga ilmu yang diberikan bisa bermanfaat bagi saya di kemudian hari.

5. Kedua Orang Tua yang amat saya cintai dan kasihi, Mamih Yeni, Mba Pupit, Bang Akhirul, Zayyan, Ayyasy, Nadzira dan saudara saya lainnya yang sudah memberikan dukungan baik moril dan materil serta doanya hingga saya dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
6. Jovi Adhiguna Hunter karena telah bersedia menjadi subjek penelitian yang sangat kooperatif dan ramah dalam proses wawancara penelitian.
7. Mas Indera Setyo yang sangat membantu dalam memberikan akses kemudahan dalam menghubungi narasumber utama yakni Jovi Adhiguna untuk dapat diwawancarai sesegera mungkin.
8. Septian Nur Aziizul Hakim yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, kasih sayang, perhatian serta berbagai bantuan selama menjalani proses perkuliahan hingga menjalani pembuatan Tugas Akhir.
9. Teman-teman Marcomm Seger yang menjadi tempat berbagi cerita, berbagi kebahagiaan dan kesedihan dan memberi nasihat, hiburan, serta menghilangkan rasa lelah terutama dalam menyelesaikan Tugas Akhir
10. Teman-teman Seger Lover yang selalu menjadi penghibur dikala penat dan penyemangat selama proses perkuliahan dan proses pembuatan Tugas Akhir ini serta memberikan pertolongan kecil dan besar bagi penulis dalam menyelesaikan Tuga Akhir ini.
11. Teman-teman Marcommuilezer yang selalu berjuang bersama mengerjakan tugas membuat projek-projek branding dan tugas lainnya. Terimakasih atas suka duka, canda tawa dan pengalaman manis bersama selama berada dipeminatan Marketing Communication.
12. Teman-teman Komunal 2013 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
13. Teman-teman Komunal 10, Komunal 11, Komunal 12, Komunal 13, Komunal 14, Komunal 15, Komunal 16 yang sudah menjadi teman dan saudara baru selama diperkuliahan.

14. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Periode 2014/2015, terimakasih atas pengalaman kerjasama dan cerita-cerita dan kenangan manis selama menjabat.
15. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dikemudian hari. Kiranya penelitian ini dapat membawa manfaat bagi civitas akademik Universitas Bakrie dan pembaca sekalian.

Jakarta , 16 Agustus 2017

Pusparini Anugerah Nur Rahmah

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pusparini Anugerah Nur Rahmah  
NIM : 1131003069  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi - Kualitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-Exclusive Royalty Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Self Presentation pada Personal Branding Androgini melalui Youtube (Studi terhadap channel Youtube Jovi Adhiguna Hunter)”

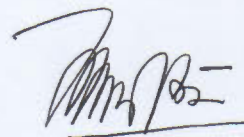
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Pusparini Anugerah Nur Rahmah

**SELF PRESENTATION PADA PERSONAL BRANDING ANDROGINI  
MELALUI YOUTUBE (STUDI TERHADAP AKUN YOUTUBE JOVI  
ADHIGUNA HUNTER)**

**Pusparini Anugerah Nur Rahmah**

---

**ABSTRAK**

Berada dalam bayangan stereotype ambiguitas gender bahkan transgender yang melekat pada dirinya, sebagai seorang androgini bukan hal yang mudah untuk seseorang dapat merasa dirinya diterima, diakui dan disukai oleh suatu lingkungan. apalagi jika berada dalam negara yang hanya mengakui dua gender Melakukan upaya membangun *personal branding* sebagai sosok yang positif disertai dengan melakukan *Self presentation* yang sesuai dipilih sebagai salah satu cara mengatasi hal tersebut. *Personal branding* adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut. sedangkan *self presentation* merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Penelitian ingin mengetahui analisa *personal branding* dan identifikasi *self presentation* dari salah satu sosok androgini, Jovi Adhiguna Hunter Penelitian ini menggunakan teori *self presentation* oleh Goffman dan *personal branding pyramid* oleh Kristie. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, *E-observation*, dan. Studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan utama menerapkan *personal branding pyramid* dengan baik dan menggunakan lima dari delapan cara *self presentation* dan diproyeksikan melalui media Youtube.

Kata kunci:

*Self Presentation, Personal Branding, Androgini, Youtube*



**SELF PRESENTATION ON THE PERSONAL ANDROGINI BRANDING  
THROUGH YOUTUBE (STUDY OF TYOUTUBE ACCOUNT OF JOVI  
ADHIGUNA HUNTER)**

**Pusparini Anugerah Nur Rahmah**

---

**ABSTRAC**

Being in the shadow of stereotypes of gender ambiguity and even transgender attached to itself, as an androgyny is not an easy thing for a person to feel himself accepted, recognized and liked by an environment. Especially if you are in a country that only recognizes two Genders Make an effort to build a personal branding as a positive figure accompanied by doing the appropriate Self presentation chosen as one way to memgatasi it. Personal branding is a personal identity that is able to create an emotional response to others about the quality and value that person has. While self presentation is an individual effort to cultivate a certain impression in front of others so that others interpret their identity in accordance with what he wants. Research wants to recognize personal branding analysis and self presentation identification from one of androgyny figure, Jovi Adhiguna Hunter This research uses self presentation theory by Goffman and personal branding pyramid by Kristie. This research method using descriptive qualitative approach. Data collection is done through interview, E-observation, and. Case study. The results showed that the main informants applied personal branding pyramid well and used lime from eight ways self presentation and projected through Youtube media.

Keywords:

Self Presentation, Personal Branding, Androgyny, Youtube

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	16
2.2 Tinjauan Pustaka terkait Kerangka Pemikiran .....	22
2.2.1 Personal Branding .....	22

2.2.2 Self Presentation.....	25
2.2.3 Androgini .....	28
2.2.4 Youtube .....	30
2.2 Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian .....	32
3.2 Objek Penelitian .....	32
3.3 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder .....	37
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	39
3.5 Teknik Analisa Data .....	42
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	43
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	45
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian .....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Analisa Personal Branding Jovi Adhiguna Hunter .....	53
4.2.2 Indentifikasi self presentation Jovi Adhiguna Hunter.....	62
4.3 Pembahasan .....	79
4.3.1 Analisa Personal Branding Jovi Adhiguna Hunter .....	80
3.3.2 Indentifikasi self presentation Jovi Adhiguna Hunter .....	87

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Simpulan.....	95
5.1 Saran .....	96
5.1.1 Saran Akademis .....	96
5.1.2 Saran Praktis .....	97

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b> Channel Youtube deretan Androgini Indonesia .....	11
<b>Tabel 2.1</b> Tabel Rangkuman Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Terdahulu .....	20
<b>Tabel 3.1</b> Tabel Operasionalisasi Konsep .....	40
<b>Tabel 4.1</b> Tabel Daftar Video dengan Endorsement tanpa membayar .....	67
<b>Tabel 4.2</b> Tabel Daftar Video yang menonjolkan keahlian.....	70
<b>Tabel 4.3</b> Tabel Daftar Video yang menonjolkan prestasi.....	71
<b>Tabel 4.4</b> Tabel Daftar Video yang memberikan contoh teladan.....	74
<b>Tabel 4.5</b> Tabel Daftar Video yang memberikan contoh disclaimers .....	76

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Model Androgini Internasional.....	4
<b>Gambar 1.2</b> Model Androgini Indonesia.....	5
<b>Gambar 1.3</b> Perkembangan Penggunaan Media Internet Indonesia 2017.....	8
<b>Gambar 1.4</b> Data media Sosial Teraktif 2017 di Indonesia.....	9
<b>Gambar 1.5</b> Screenshoot Akun Youtube Jovi Adhiguna Hunter.....	13
<b>Gambar 2.1</b> <i>Personal Branding Pyramid</i> .....	24
<b>Gambar 2.2</b> Model Peran Gender Tradisional.....	29
<b>Gambar 2.3</b> Model Peran Gender Non-Tradisional .....	30
<b>Gambar 2.4</b> Kerangka Pemikiran .....	33
<b>Gambar 3.1</b> Channel Youtube Jovi Adhiguna Hunter .....	36
<b>Gambar 4.1</b> Screenshoot Channel Youtube Jovi Adhiguna Hunter .....	46
<b>Gambar 4.2</b> Playlist video Youtube Jovi Adhiguna Hunter .....	46
<b>Gambar 4.3</b> Foto Jovi Adhiguna Hunter .....	48
<b>Gambar 4.4</b> Jovi The Androgynous di Web TV Asia Indonesia.....	49
<b>Gambar 4.5</b> Foto Viena Syafitriani .....	50
<b>Gambar 4.6</b> Foto Andi Azhari Putra .....	51
<b>Gambar 4.7</b> Kumpulan video Jovi sesuai identifikasi diri.....	54
<b>Gambar 4.8</b> <i>E-observation</i> video Youtube Jovi terkait <i>passion</i> -nya.....	56
<b>Gambar 4.9</b> <i>E-observation</i> video Youtube Jovi terkait <i>positioning</i> .....	59
<b>Gambar 4.10</b> <i>E-observation</i> video Youtube Jovi <i>manage your brand</i> .....	61

**Gambar 4.11** *E-observation* video Youtube Jovi *manage your brand*..... 62

**Gambar 4.12** Contoh *Screehoot* kolom komentar Jovi ..... 64

**Gambar 4.13** *Screehoot scene* video Jovi menelepon *subscriber* ..... 65

**Gambar 4.14** *Screehoot* kegiatan endorsement tanpa membayar ..... 68

**Gambar 4.15** *Screehoot* video Jovi terkait intimidation..... 69

**Gambar 4.16** *Screehoot* video Jovi melakukan *self promotion* ..... 73

**Gambar 4.17** *Screehoot* video Jovi melakukan *disclaimers* ..... 78

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1** Transkrip Wawancara Jovi Adhiguna Hunter

**Lampiran 2** Transkrip Wawancara Viena Syafitiani

**Lampiran 2** Transkrip Wawancara Andi Azhari Putra

\