

**MANAJEMEN *PERSONAL BRANDING* RIFAT SUNGKAR
MELALUI STRATEGI *BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY* DI
MEDIA SOSIAL**

TESIS



ISMAYA DIAN PUTRI HENDARSIH

2181021028


**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ismaya Dian Putri Hendarsih

NIM : 2181021028

Tanda Tangan. 

Tanggal. : 14 Agustus 2020


HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh


Nama : Ismaya Dian Putri Hendarsih
NIM : 2181021028
Program Studi : Magister Mangement
Judul Tesis : Manajemen Personal Branding
Rifat Sungkar Melalui Strategi
Brand Social Responsibility di
Media Sosial

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar magister manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma WS₁ ()

Penguji 1 : Dr. Ir. BP. Kusumo Bintoro, M.B.A., ()

Penguji 2 : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM., IPM ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat- Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Management pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr.Bambang Sukma Wijaya, M.Si selaku pembimbing dan Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM., IPM selaku pembahas, serta Bapak Arief Suharko, Ph.D
- 2) Rifat Sungkar selaku narasumber dan Ibu Irma Ragasti selaku Manager dari Rift Sungkar yang menghubungkan peneliti ke narasumber
- 3) Orang tua dan keluarga Saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 4) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini diantaranya Randy Hidayatullah, Andrina Herawati, Indira Safina, Intan Dwi Cahyani dan seluruh teman-teman MM Batch XI

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ismaya Dian Putri Hendarsih

NIM : 2181021028

Program Studi : Magister Mangement

Jenis Tesis :

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

Manajemen Personal Branding Rifat Sungkar Melalui Strategi Brand Social Responsibility di Media Sosial.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Ismaya Dian Putri Hendarsih

**MANAJEMEN PERSONAL BRANDING RIFAT SUNGKAR
MELALUI STRATEGI BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY DI MEDIA
SOSIAL**

Ismaya Dian Putri Hendarsih

ABSTRAK

Saat ini media sosial saat ini telah menjadi media alternative untuk memasarkan mempromosikan sesuatu termasuk untuk mengenalkan diri sendiri kepada khalayak ramai atau biasa disebut dengan *personal branding*. Rifat Sungkar, seorang pembalap nasional juga melakukan hal ini dengan media socialnya. Penulis melakukan penelitian terhadap media social Rifat sungkar untuk menyelidiki dan menganalisis strategi *Brand Social Responsibility* (BSR) yang ia lakukan dalam melakukan personal branding, mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan penting dari aspek BSR dalam pengembangan personal branding dan menganalisis peran media social dalam menunjang kesuksesan *personal branding* seorang Rifat. Penulis melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif secara deskriptif menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan tiga aspek utama dalam personal branding yaitu ciri khas, relevan dan konsisten serta memakai delapan aspek dalam BSR yaitu *charitable, linkable, responsible, investible, sustainable, communicable, collaborative dan inspirational*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rifat Sungkar berhasil melakukan personal branding dengan strategi BSR yang menghasilkan konten-konten yang bermanfaat bagi khalayak ramai melalui media socialnya.

Kata Kunci: Media sosial, *personal branding, brand social responsibility, brand, branding*

**MANAJEMEN PERSONAL BRANDING RIFAT SUNGKAR
MELALUI STRATEGI BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY DI MEDIA
SOSIAL**

Ismaya Dian Putri Hendarsih

ABSTRACT

Currently, social media has become an alternative media to market promoting something, including introducing oneself to the general public or commonly known as personal branding. Rifat Sungkar, a national racer also does this with his social media. The writer conducted research on social media Rifat Sungkar to investigate and analyze the Brand Social Responsibility (BSR) strategy he did in personal branding, identify factors that play an important role from the BSR aspect in personal branding development and analyze the role of social media in supporting personal success. branding of a Rifat. The author conducted research with a descriptive qualitative approach using the case study method. This study uses three main aspects in personal branding, namely distinctive, relevant and consistent characteristics and uses eight aspects in the BSR, namely charitable, linkable, responsible, investible, sustainable, communicable, collaborative and inspirational. The results of this study indicate that Rifat Sungkar has succeeded in conducting personal branding with the BSR strategy which produces content that is beneficial to the general public through his social media.

Keywords: Media sosial, *personal branding*, *brand social responsibility*, *brand branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI.....	9
2.1 Deskripsi Objek.....	9
2.1.1 <i>Personal Branding</i> Rifat Sungkar.....	9
2.1.2 Mitra Kerja Rifat Sungkar	11
BAB III KAJIAN PUSTAKA	13
3.1 Merek (<i>Brand</i>) dan Pemerekan (<i>Branding</i>)	13
3.2 <i>Personal Branding</i>	15
3.2.1 Pengertian <i>Personal Branding</i>	15
3.2.2 Proses Pembentukan <i>Personal Branding</i>	16
3.2.3 Manfaat <i>Personal Branding</i>	19
3.3 <i>Brand Social Responsibility</i>	19
3.4 <i>Personal Social Responsibility</i>	22
3.5 Media Sosial.....	23
3.6 Kerangka Pemikiran.....	23
3.7 Asumsi Teoretis	25
BAB IV METODOLOGI	26

4.1 Metode Penelitian	26
4.2 Objek dan Subjek Penelitian	26
4.2.1 Objek Penelitian.....	26
4.2.2 Subjek Penelitian	27
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
4.4 Operasionalisasi Konsep.....	29
4.5 Teknik Analisis Data.....	36
4.6 Validasi Data.....	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	38
5.1 Hasil Penelitian	38
5.1.1 Manajemen <i>Personal Branding</i> Rifat Sungkar.....	38
5.1.2 Strategi <i>Brand Social Responsibility</i> Rifat Sungkar di Media Sosial	42
5.2 Pembahasan.....	51
5.2.1 Dari Personal ke Sosial	51
5.2.2 Dari Berbagi ke Peduli.....	53
5.2.3 Dari Relasi ke Kolaborasi	55
BAB VI KESIMPULAN	58
6.1 Kesimpulan	58
6.2 Saran.....	59
6.2.1 Saran Teoretis	59
6.2.2 Saran Metodologis	59
6.2.3 Saran Praktis	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 <i>Tabel Operasionalisasi Konsep</i>	29
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Penggunaan Internet di Indonesia Januari 2020.....	4
Gambar 1.2.	10 Platform Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak.....	5
Gambar 1.3.	Platform YouTube Rifat Sungkar.....	6
Gambar 1.4.	Platform Instagram Rifat Sungkar.....	6
Gambar 2.1.	Rifat Sungkar Memenangkan APRC 2011.....	9
Gambar 2.2.	Rifat Drive Labs	10
Gambar 2.3.	Konten YouTube Rifat Sungkar.....	10
Gambar 2.4.	Konten Instagram Rifat Sungkar	11
Gambar 2.5.	Rifat Sungkar Mendukung Program Pertamina Motorsport.....	11
Gambar 2.6.	Rifat Sungkar Bersama Mitsubishi Xpander.....	12
Gambar 3.1.	Tiga Dimensi Utama Pembentuk <i>Personal Branding</i>	18
Gambar 3.2.	Struktur Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1.	Teknik Analisis Data Kualitatif.....	36
Gambar 5.1.	Konten di youtube Rifat Sungkar	39
Gambar 5.2.	Program Kongkow Santai di YouTube Rifat Sungkar	41
Gambar 5.3.	Komentar di YouTube Rifat Sungkar.....	42
Gambar 5.4.	Konten-Konten Edukasi di YouTube Rifat Sungkar.....	43
Gambar 5.5.	Postingan <i>Quotes</i> di Instagram Rifat Sungkar	44
Gambar 5.6.	<i>Highlights</i> di Instagram Rifat Sungkar.....	45
Gambar 5.7.	Salah Satu Konten YouTube Rifat Sungkar.....	46
Gambar 5.8.	Salah Satu Konten YouTube Rifat Sungkar Bersama Anaknya.....	47
Gambar 5.9.	Salah Satu Konten YouTube Rifat Sungkar Membagikan Tips	48
Gambar 5.10.	Postingan Instagram Rifat Sungkar di Instagram Bersama Anak Muda	49
Gambar 5.11.	Kolaborasi Rifat Sungkar Bersama OtoDriver.....	50
Gambar 5.12.	Komentar Netizen terhadap Konten Rifat Sungkar.....	51