

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* ATLET FUTSAL IMAM FAUZI DALAM
SOCIAL MEDIA AKUN INSTAGRAM @IMAM_DELAPAN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Disusun oleh

Antoni Pratama

1181903007

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

JAKARTA

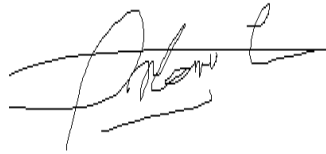
2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Antoni Pratama

NIM : 1181903007



Tanda Tangan :

Tanggal : 26 Oktober 2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Antoni Pratama
NIM : 1181903007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“Strategi *Personal Branding* Atlet Imam Fauzi Dalam *Social Media* Akun Instagram @Imam_delapan”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan 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 : 26 October 2020

Yang menyatakan,



(Antoni Pratama)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Antoni Pratama

NIM : 1181903007


Program Studi : Ilmu Komunikasi

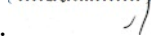
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Atlet Futsal Imam Fauzi Dalam Social Media Akun Instagram @Imam_delapan

Telah berhasil dipertahankan 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 PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac ()

Penguji 1 : Suharyanti, M. S. M (..... )

Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., (..... )

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 26 October 2020

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulisan Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa penelitian ini diselesaikan atas bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak dan tanpanya penulis tidak mampu menyelesaikan seorang diri. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, dan kedua Adik

Terima kasih kepada kedua orang tua, saudara kandung dan juga saudara ipar penulis yang selalu memotivasi, mengingatkan dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Mensupport penulis dari awal hingga akhir penulis menempuh pendidikan. Terima kasih sudah menjadi contoh yang baik agar penulis semangat dan termotivasi untuk menjadi lebih baik dan bisa menyelesaikan tanggung jawab sebagai anak.

2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

3. Ibu Dr. Tita Djuitaningsih, SE, M.Si., Ak., CA

Terima kasih kepada Ibu Tita Djuitaningsih selaku Ketua Program Ekstensi dan Kelas Karyawan Universitas Bakrie.

4. Ibu Mirana Hanasthasia,MMediaPrac

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing tugas akhir atas arahan, pengetahuan, pencerahan, serta dukungan Ibu Mirana berikan kepada penulis ketika menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku dosen pembahas proposal tugas akhir yang telah memberikan banyak dukungan, arahan dan juga pengetahuan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir.

6. Sahabat dan Teman-Teman Penulis

Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman penulis khususnya Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan batch 10 yang telah menemani penulis dan berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir.

Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT agar membalas kebaikan berbagai pihak yang membantu penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 16 September 2020

Penulis

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* ATLET FUTSAL IMAM FAUZI DALAM *SOCIAL MEDIA* AKUN INSTAGRAM @IMAM_DELAPAN

ANTONI PRATAMA

ABSTRAK

Di era modern ini, perkembangan teknologi internet telah mempengaruhi pola komunikasi masyarakat sekarang. Dalam perkembangan zaman sekarang ini berbagai macam social media seperti *twitter, facebook, Instagram* . Dengan tingginya penggunaan social media terutama *Instagram* di Indonesia, *Instagram* kini menjadi *platform* yang digunakan untuk berbagai hal salah satunya untuk *personal branding*. *Personal Branding* kini dapat dilakukan lewat social media *Instagram* dan tidak dibatasi oleh jarak dan wilayah seperti pada media media tradisional. *Personal branding* dengan menggunakan *Instagram* juga dilakukan oleh para selebgram, Influencer dan juga atlet. Imam Fauzi yang merupakan atlet futsal nasional Indonesia menjadi salah satu atlet yang melakukan *personal branding* menggunakan social media *Instagram*. Didalam penelitian ini peneliti membahas bagaimana strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Imam Fauzi dengan menggunakan tahapan tahapan yang terdapat di teori *personal branding*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Imam Fauzi dalam social media *Instagram*.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Representasi, *Instagram*, Imam Fauzi.

PERSONAL BRANDING STRATEGY ATHLETE IMAM FAUZI IN SOCIAL MEDIA ACCOUNT INSTAGRAM

ANTONI PRATAMA

ABSTRACT

In this modern era, the development of internet technology has influenced the communication patterns of today's society. In today's development, various kinds of social media such as Twitter, Facebook, Instagram. With the high use of social media, especially Instagram in Indonesia, Instagram is now a platform used for various things, one of which is for personal branding. Personal Branding can now be done via Instagram social media and is not limited by distance and area as in traditional media. Personal branding using Instagram is also carried out by celebrities, influencers and athletes. Imam Fauzi, who is an Indonesian national futsal athlete, is one of the athletes who does personal branding using social media Instagram. In this research, the researcher discusses how the personal branding strategy carried out by Imam Fauzi uses the stages found in the personal branding theory. This type of research is qualitative with case studies. The purpose of this study was to determine the personal branding strategy carried out by Imam Fauzi in social media Instagram.

Keywords : *Personal Branding, Representasi, Instagram, Imam Fauzi.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	15
2.2 Tinjauan Pustaka	24
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	24
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	28
2.2.3 <i>Instagram</i>	31
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i>	32
2.3 Kerangka Pemikiran	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Subjek Penelitian	35
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Sumber Data	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi dan Operasional Konsep	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	46
3.7 Batasan Penelitian	47

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Imam Fauzi	48
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Analisa <i>Personal Branding</i> Atlit Imam Fauzi.....	51
4.3 Pembahasan.....	59
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Akademis.....	73
5.2.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 David Beckham dengan <i>brand</i> Armani.....	3
Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia	5
Gambar 1.3 Imam Fauzi dengan trofi gelar juara Liga Futsal Indonesia.....	8
Gambar 1.4 Interview Imam Fauzi dengan media	9
Gambar 1.5 Feeds Instagram @imam_delapan	10
Gambar 1.6 Postingan Imam Fauzi ketika bertanding menggunakan caption kata - kata yang memotivasi	10
Gambar 1.7 Postingan Imam Fauzi di Instagram menggunakan apparel Ghanior dalam kegiatan sehari hari	11
Gambar 1.8 Postingan Imam Fauzi di Instagram menggunakan <i>apparel</i> Ghanior dalam kegiatan sehari hari	12
Gambar 1.9 Postingan Imam Fauzi di Instagram menggunakan apparel Ghanior ketika bertanding.....	12
Gambar 2.1 Tiga dimensi Pembentuk Personal Branding	28
Gambar 2.2 Tahapan Personal Branding Pyramid	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Imam Fauzi	48
Gambar 4.2 Instagram Imam Fauzi	53
Gambar 4.3 Jefry Zulfikar	54
Gambar 4.4 Tegar Putra	54
Gambar 4.5 Foto Imam Fauzi	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka dan Hasil Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1 Operasional Konsep	51