

**STRATEGI PERSONAL BRANDING OURA GAMING
SEBAGAI GAME STREAMER MOBILE LEGENDS : BANG
BANG**

TUGAS AKHIR



Oleh

**RANA ANNISA FAHMI
1211923010**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

**STRATEGI PERSONAL BRANDING OURA GAMING
SEBAGAI GAME STREAMER MOBILE LEGENDS : BANG
BANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana ilmu
komunikasi**



Oleh

**RANA ANNISA FAHMI
1211923010**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

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 : Rana Annisa Fahmi

NIM : 1211923010

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rana Annisa Fahmi
NIM : 1211923010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Oura Gaming sebagai Game
Streamer Mobile Legends : Bang Bang

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A
Pembimbing 2 : Dr. Nina Widyawati, M.Si
Penguji 1 : Adrian Arditiar, S.Sos., M.I.Kom
Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M.



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 29 Agustus 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah dan puji syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas ini ditulis untuk memenuhi syarat gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan sehingga dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Muhammad Fahmi dan Maryati Paris, kedua orang tua penulis yang tak henti-hentinya memberikan support dan dukungan setiap saat, semoga hasil dari karya akhir ini memberikan kebanggaan bagi kalian.
2. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang membantu penulis dalam pembuatan karya akhir ini.
3. Dr. Nina Widyawati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang membantu penulis dalam pembuatan karya akhir ini.
4. Eko Julianto sebagai narasumber utama dan objek penelitian pada tugas akhir ini
5. Para dosen dan staff akademik Program Ekstensi jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang telah diberikan
6. Ranti Kartikaningrum, Rai Ajeng, Esther Lidya dan Dewinda Tania sebagai teman seperjuangan yang telah memberikan banyak dukungan bagi penulis dalam penulisan karya akhir
7. Teman-teman kelas karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang tidak bisa saya sebut satu persatu namanya, dan seluruh pendukung lain yang menjadi motivasi dan semangat dalam penulisan tugas karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya. Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 19 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rana Annisa Fahmi', written in a cursive style.

Rana Annisa Fahmi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rana Annisa Fahmi
NIM : 1211923010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Strategi Personal Branding Oura Gaming sebagai Game Streamer Mobile Legends : Bang Bang

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 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 : 19 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Rana Annisa Fahmi)

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* Oura *GAMING* SEBAGAI *GAME STREAMER* MOBILE LEGENDS : BANG BANG

RANA ANNISA FAHMI

1211923010

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Strategi Personal Branding yang dilakukan oleh Oura Gaming sebagai Game Streamer Mobile Legends : Bang Bang. Analisis ini dilakukan dengan konsep pembentukan Personal Branding menurut Peter Montoya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi *life history* dengan menggunakan wawancara dengan 4 informan dan analisis konten YouTube Oura Gaming sebagai sarana pengumpulan data.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan bahwa Oura Gaming sebagai game streamer menerapkan 8 konsep pembentukan dalam personal branding mencakup Aspek Spesialisasi yaitu dengan menjadi game streamer yang spesifik pada satu game tertentu, Aspek Kepemimpinan memiliki kemampuan untuk memposisikan diri sebagai market leader, Aspek Kepribadian yaitu dengan memiliki kepribadian yang baik, ramah dan bersahabat, Aspek Perbedaan yang ditunjukkan dengan memiliki karakter yang dapat dibedakan dengan game streamer lainnya. Sedangkan untuk empat aspek lainnya seperti Aspek Visibilitas Ia mampu memposisikan diri dalam berbagai platform media sosial, mengedepankan pembeda yang jelas dalam konten-kontennya dalam penerapan Aspek Kesatuan, serta memiliki konsistensi dalam Personal Branding dan menjaga nama baik yang tak lain merupakan representasi dari Aspek Keteguhan dan Aspek Nama Baik dalam konsep pembentukan Personal Branding menurut Peter Montoya yang dianalisis dalam karya tulis ini.

Kata kunci: *Personal Branding, Game Streamer, YouTube.*

**PERSONAL BRANDING STRATEGY OF Oura GAMING AS A MOBILE
LEGENDS: BANG BANG GAME STREAMER**

RANA ANNISA FAHMI

1211923010

ABSTRACT

This study aims to analyze the Personal Branding Strategy carried out by Oura Gaming as a Mobile Legends Game Streamer: Bang Bang. This analysis was carried out with the concept of Personal Branding formation according to Peter Montoya. This research uses a qualitative method with a life history study approach using interviews with 4 informants and analysis of Oura Gaming YouTube content as a means of data collection.

Based on the results of data processing, it is found that Oura Gaming as a game streamer applies 8 concepts of formation in personal branding including the Specialization Aspect, namely by becoming a game streamer that is specific to one particular game, the Leadership Aspect has the ability to position itself as a market leader, the Personality Aspect, namely by having a good, friendly and friendly personality, the Difference Aspect which is shown by having a character that can be distinguished from other game streamers. As for the other four aspects such as the Visibility Aspect, he is able to position himself on various social media platforms, put forward clear differentiators in his content in the application of the Unity Aspect, and has consistency in Personal Branding and maintaining a good name which is nothing but a representation of the Persistence Aspect and Good Name Aspect in the concept of Personal Branding formation according to Peter Montoya analyzed in this paper.

Keywords: Personal Branding, Game Streamer, YouTube.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	6
KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	6
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teoritis.....	9
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	9
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.3 Media Sosial.....	15
2.3 Model Kerangka Pemikiran	17
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Subjek Penelitian.....	18
3.3 Objek Penelitian.....	19

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	19
3.4.1 Sumber Data.....	19
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	21
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data	25
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	27
4.1.1 Profil Oura <i>Gaming</i>	27
4.1.2 Profil Kanal YouTube Oura <i>Gaming</i>	29
4.1.3 Narasumber Lainnya	30
4.1.4 Triangulator.....	32
4.2 Hasil Penelitian	33
4.2.1 Perjalanan Karir Oura <i>Gaming</i>	34
4.3 Pembahasan.....	47
4.3.1 Strategi Personal Branding Oura <i>Gaming</i>	47
BAB V	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Teoritis	53
5.2.2 Saran Praktis	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	7
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual.....	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pikiran	17
Gambar 4. 1 Foto Oura Gaming.....	27
Gambar 4. 2 Oura Gaming dan Keluarga.....	28
Gambar 4. 3 Analisa kanal YouTube Oura di Social Blade	29
Gambar 4. 4 Kanal YouTube Oura Gaming	30
Gambar 4. 5 Business Manager Oura Gaming Sarah Aulya.....	31
Gambar 4. 6 Videographer Oura Gaming Muhammad Farhan Fadilah.....	31
Gambar 4. 7 Fans dari Oura Gaming bersama Peneliti.....	32
Gambar 4. 8 Contoh Konsistensi dalam Visual YouTube Oura Gaming	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	55
Lampiran 2	56
Lampiran 3	57
Lampiran 4	58
Lampiran 5	59
Lampiran 6	73
Lampiran 7	77
Lampiran 8	80
Lampiran 9	84
Lampiran 10	86