

**STRATEGI PERSONAL BRANDING GITA BHEBHITA SEBAGAI
PENYIAR RADIO TRAX FM JAKARTA**

TUGAS AKHIR



**JORGI PRATAMA SEPTIAFEL
1111003063**

**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 : Jorgi Pratama Septiafel

NIM : 1111003063

Tanda Tangan: 

Tanggal : Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jorgi Pratama Septiafel

NIM : 1111003063

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : STRATEGI PERSONAL BRANDING GITA BHEBHITA
SEBAGAI PENYIAR RADIO TRAX FM JAKARTA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Prorgram Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

Pengaji 1 : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom.

Pengaji 2 : Dra. Suharyanti, M.S.M.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT beserta salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, karena berkat rahmat dan kesempatan-Nya, saat ini penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Strategi *Personal Branding* Gita Bhebhita sebagai Penyiar Radio Trax FM Jakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya tugas akhir ini tidak lepas dari peran orang-orang yang turut membantu, mendukung, membimbing dan memberi saran kepada penulis baik dalam bentuk moral maupun materil. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, rasa terima kasih penulis ucapan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Arif Fadillah, S.Kom. dan Ibu Ir. Erni Linda serta kedua adik saya yaitu Jorlan Dwiki Oktiafel dan M. Jonathan Gustriafel yang selalu mendoakan, membantu dan mendukung penulis hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak pernah lelah untuk memberikan wejangan kepada kami untuk terus belajar dan menyelesaikan pendidikan.
4. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan membantu penulis dari awal hingga akhir dalam setiap proses penyusunan. Terima kasih *yah Bu Mima*.
5. Gita Bhebhita dan Helona Nabila selaku narasumber dalam penulisan ini yang senantiasa membantu dan meluangkan waktunya.
6. Sahabat-sahabat terbaik, *Geng BSK!* (Dita, Fakhri, Ikhsan, Ilma, Mia, Nourma, Pasky, Shelly dan Vino), *Geng Teman Sepermainan* (Addil, Aji, Atikah, Bibel,

Cynthia, Dita, Fakhri, Gugi, Intan, Kartika, Lulu, Nadia, Navia, Nelly, Pitto, Sasha, Seila, Seno, Shelly, Tia, Wildan dan Zhora), *Geng Bayi-bayi* Angsa (Amel, Gugi, Mega, Mela dan Wildan), dan *Geng Ulilut* (Bibel, Fakhri dan Gugi). Tanpa kalian apalah arti kuliah ini, *I love you, Gengs!*

7. Brian selaku partner perkuisan dan perbisnisan, mulai dari Wezhop, Swing Your Day dan Ayam Geprek Mas Gan. Semoga sukses!
8. Keluarga besar KOMUNAL yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, khususnya untuk Komunal 2011 yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang positif dalam memperjuangkan tugas akhir ini. KOMUNAL? BINAL BINAL BINAL!!!
9. Pihak-pihak lain yang berjasa dalam setiap proses penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Demikian tugas akhir ini dibuat. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 8 Agustus 2017

Jorgi Pratama Septiafel

HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Jorgi Pratama Septifel
NIM : 1111003063
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 Noneksklusif Non-exclusice Royalty-Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“SRATEGI PERSONAL BRANDING GITA BHEBHITA SEBAGAI PENYIAR
RADIO TRAX FM JAKARTA”**

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 : Agustus 2017

Yang menyatakan



Jorgi Pratama Septiafel

STRATEGI PERSONAL BRANDING GITA BHEBHITA SEBAGAI PENYIAR RADIO TRAX FM JAKARTA

Jorgi Pratama Septiafel*

ABSTRAK

Setiap radio mempunyai penyiar yang dipercaya untuk membawakan program radio tersebut. Pemilihan penyiar radio tentunya memiliki standar karakter penyiar dengan program yang dibawakan. Gita Bhebhita dipilih Radio Trax FM Jakarta sebagai salah satu penyiar yang membawakan program acara Kompak Bareng pada jam *prime time* sore, yaitu pukul 16.00-20.00. Pemilihan Gita Bhebhita sebagai penyiar dikarenakan *personal brand* yang dimilikinya sangat kuat yaitu wanita humoris yang mampu membuat pendengar radio melupakan rasa lelah setelah beraktivitas seharian. Menggunakan metode yang bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini mencari tahu bagaimana strategi *personal branding* yang dilakukan Gita Bhebhita sebagai penyiar radio. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan mendalam mengenai kehidupan siaran Gita Bhebhita melalui internet, wawancara mendalam kepada Gita Bhebhita dan salah seorang sahabatnya yang mengetahui keseharian Gita Bhebhita, serta melakukan penelusuran dokumen terkait Gita Bhebhita seperti artikel di majalah elektronik. Hasil penelitian berdasarkan konsep delapan hukum *personal branding* dari Peter Montoya dan Tim Vandehey menunjukkan bahwa Gita Bhebhita melakukan strategi untuk membangun sebuah *personal brand* yang penulis beri nama *a truly superfun*. Nama tersebut penulis pilih karena dalam setiap membawakan program radio, Gita Bhebhita berusaha untuk menjadi pribadi yang jujur serta menghibur para pendengar melalui leluconnya.

Kata kunci: radio, penyiar, *personal brand*, *personal branding*, Gita Bhebhita

* Peminatan Komunikasi Pemasaran, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

**GITA BHEBHITA PERSONAL BRANDING STRATEGY AS A BROADCASTER
OF TRAX FM RADIO JAKARTA**

Jorgi Pratama Septiafel*

ABSTRACT

Each radio has a broadcaster that is trusted to bring the radio program. The selection of radio broadcasters must possess a standard character along with the program that will be delivered. Gita Bhebhita is selected by Trax FM Radio Jakarta as one of the broadcasters who brings 'Kompak Bareng' program at afternoon prime time, which is at 4-8 P.M.. Selection of Gita Bhebhita as a broadcaster is caused by her very strong personal brand which is a humorous woman who can make radio listeners forget the fatigue after their daily activity. Using a qualitative method with descriptive approach, this research finds out how personal branding strategy that Gita Bhebhita did as a radio broadcaster. Data collection technique is done through deep observation to the broadcasting life of Gita Bhebhita through the internet, in-depth interview to Gita Bhebhita and one of her friends who knows Gita Bhebhita's daily life, as well as searching Gita Bhebhita related documents like articles in some electronic magazines. The results of this study based on the concept of eight laws of personal branding laws by Peter Montoya and Tim Vandehey which showed that Gita Bhebhita strategy is to build a personal brand that named 'a truly superfun' by the author. That name the author chose because in every radio program Gita Bhebhita is trying to be an honest person and entertain the radio listeners through her jokes.

Keywords: radio, broadcaster, personal brand, personal branding, Gita Bhebhita

* Marketing Communications, Department of Communication Science, Faculty of Economics and Social Sciences, Bakrie University

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoretis	7

1.4.2 Manfaat Praktis	7
-----------------------------	---

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Radio dan <i>Personal Branding</i>	8
2.1.2 Strategi <i>Personal Branding</i>	16
2.1.3 Penyiar Radio.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Obyek Penelitian	33
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Sumber Data.....	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	46
3.7 Batasan dan Fokus Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Obyek Penelitian	51
-------------------------------------	----

4.2 Gambaran Subyek Penelitian	53
4.2.1 Profil Subyek Utama	54
4.2.2 Profil Subyek Pendukung.....	57
4.3 Hasil Penelitian	58
4.3.1 <i>The Law of Specialization</i> dari Gita Bhebhita	60
4.3.2 <i>The Law of Leadership</i> dari Gita Bhebhita	62
4.3.3 <i>The Law of Personality</i> dari Gita Bhebhita.....	69
4.3.4 <i>The Law of Distinctiveness</i> dari Gita Bhebhita	73
4.3.5 <i>The Law of Visibility</i> dari Gita Bhebhita.....	76
4.3.6 <i>The Law of Unity</i> dari Gita Bhebhita	78
4.3.7 <i>The Law of Persistance</i> dari Gita Bhebhita	79
4.3.8 <i>The Law of Goodwill</i> dari Gita Bhebhita	85
4.4 Pembahasan.....	86
4.4.1 Gita Bhebhita sebagai Sosok <i>Stay Real and Fun</i>	86
4.4.2 Gita Bhebhita sebagai <i>The Queen of Humor</i>	89
4.4.3 Gita Bhebhita <i>Born to be an Entertainer</i>	94
4.4.4 Gita Bhebhita sebagai <i>The Real Queen of Fun</i>	99
4.4.5 Gita Bhebhita sebagai <i>A True Friend to Share</i>	101
4.4.6 Gita Bhebhita sebagai sosok <i>The Natural Charm</i>	104
4.4.7 Gita Bhebhita sebagai Sosok <i>Faithful to the Max</i>	105
4.4.8 Gita Bhebhita <i>Share the Happiness</i>	108
4.5 Temuan Penelitian.....	110
4.6 <i>Personal Brand</i> Gita Bhebhita	112

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	115
5.2 Saran-saran.....	116
5.2.1 Saran Teoretis.....	116
5.2.2 Saran Praktis.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	39
Tabel 4.1 Temuan Penelitian.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Triangulasi Penelitian	48
Gambar 4.1 Gita Bhebhita saat menjadi kontestan di acara SUCI 4 Kompas TV	54
Gambar 4.2 Foto-foto Gita Bhebhita di Galeri Instagram Trax FM Jakarta	57
Gambar 4.3 Foto Helona Nabila.....	58
Gambar 4.4 Gita Bhebhita bersama rekan penyiaranya, Randhika Jamil	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara dengan Gita Bhebhita 123

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Helona Nabila 152