

**LEADERSHIP BRANDING PADA GENERASI MILENIAL
DI PERUSAHAAN START UP JAKARTA**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NYIMAS SUMMAYA KHOIRUNNISA

1161001118

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

JAKARTA

2020

**LEADERSHIP BRANDING PADA GENERASI MILENIAL
DI PERUSAHAAN START UP JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan ebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NYIMAS SUMMAYA KHOIRUNNISA

1161001118

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2020

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 : Nyimas Summaya Khoirunnisa

NIM : 1161001118

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Februari 2020

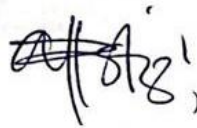

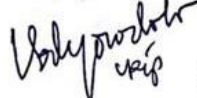
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Nyimas Summaya Khoirunnisa
NIM : 1161001118
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Leadership Branding Pada Generasi Milenial
Di Perusahaan Start Up Jakarta

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si ()
Penguji : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D ()
Penguji : Urip Sedyowidodo, Dr., Ir., M.M ()

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya akhirnya dapat terselesaikan skripsi yang berjudul “Leadership Branding Pada Generasi Milenial di Perusahaan Start Up Jakarta” sebagai tugas akhir untuk memperoleh Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan tesis ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing penelitian tugas akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian penelitian tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayang dari kecil hingga sekarang serta atas bantuan materi kepada penulis.
3. Adikku tersayang yang telah membantu penulis mendapatkan objek penelitian.
4. Amel dan Wiki yang membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir.
5. Novia, Aria, Amalia, Syaban, Husni dan Annisa selaku informan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
6. Pihak-pihak lain yang tanpa penulis sadari telah sangat membantu terwujudnya penelitian ini.

Akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini bermanfaat.

Jakarta, 24 Februari 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nyimas Summaya Khoirunnisa

NIM : 1161001118

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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 :

LEADERSHIP BRANDING PADA GENERASI MILENIAL DI PERUSAHAAN START UP JAKARTA

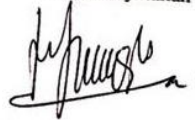
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Februari 2020

Yang menyatakan



(Nyimas Summaya Khoirunnisa)

LEADERSHIP BRANDING PADA GENERASI MILENIAL DI PERUSAHAAN START UP JAKARTA

Nyimas Summaya Khoirunnisa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses *leadership branding* dari seorang *leader* kepada stafnya yang beranggotakan generasi milenial di perusahaan *startup* khususnya di daerah Jakarta. Proses *leadership branding* ini menggunakan konsep *brand management* yang berfokus pada gaya kepemimpinan dan kompetensi pemimpin. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk dapat menjelaskan secara mendalam bagaimana proses *branding* tersebut. Berdasarkan analisis yang dilakukan diketahui bahwa *leadership branding* dapat membentuk reputasi seorang pemimpin dalam benak karyawannya. Proses *branding* yang dilakukan oleh pemimpin ini diaplikasikan melalui beberapa media. Media tersebut adalah mengambil moment bersama dengan tim, menunjukkan demokratisasi, melakukan komunikasi secara tatap muka. Selain itu pemimpin juga mengadopsi perilaku/karakter dari kepemimpinan yang pernah mereka terima sebelumnya. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan analisis mengenai penerapan konsep *leadership branding* pada generasi milenial untuk semua jenis perusahaan.

Kata kunci: *leadership branding*, gaya kepemimpinan, kompetensi pemimpin, *brand management*

LEADERSHIP BRANDING FOR MILLENIAL GENERATION AT STARTUP COMPANIES JAKARTA

Nyimas Summaya Khoirunnisa

ABSTRACT

This study aims to determine how the process of leadership branding from a leader to his staff members of millennial generation in startup companies, especially in the Jakarta area. This leadership branding process uses the concept of brand management that focuses on the leadership style and leadership competencies. The research method used is qualitative to be able to explain in depth how the branding process. Based on the analysis conducted, it is known that leadership branding can create the reputation of a leader in the minds of its employees. The branding process carried out by this leader is applied through several media. The media is taking a moment together with the team, showing democratization, communicating face to face. In addition, leaders also adopt behaviors / characters from the leadership they have received before. Suggestions for further research to conduct an analysis of the application of the concept of leadership branding in millennial generation for all types of companies.

Keywords: leadership branding, leadership style, leader competence, brand management

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
Halaman Pengesahan	ii
Ucapan Terima Kasih	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar isi	vii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Leadership	9
2.1.1 Leadership Style	12
2.1.2 Kompetensi Pemimpin	15
2.2 Brand Management	19
2.3 Leadership Branding	22
2.3.1 Pengembangan Leadership Branding	23
2.3.2 Manfaat Leadership Branding	24
2.4 Millennials Workers	25
2.4.1 Karakter Milenial dalam bekerja	26
2.5 Perusahaan <i>Start Up</i>	27

2.5.1 Pengertian Perusahaan <i>Start Up</i>	27
2.5.2 Budaya Perusahaan <i>Start Up</i>	29
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	29
2.7 Model Penelitian Yang Diusulkan	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Operasionalisasi Variabel	35
3.5 Pedoman Diskusi	37
3.6 Pedoman Wawancara	38
3.6.1 Pedoman Wawancara untuk Manajer PT. Benang Kopi Nusantara dan Pemimpin Customer Experience Team Jojonomic	38
3.6.2 Pedoman Wawancara untuk staf PT. Benang Kopi Nusantara dan anggota tim customer experience Jojonomic	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	41
4.1.2 Visi dan Misi	42
4.1.3 Struktur Organisasi	43
4.2 Profil Informan	50
4.2.1 Profil Leader Pada Perusahaan Startup.....	50
4.2.2 Profil Staf Pada Perusahaan Startup	50
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	51
4.3.1 Konsep Brand Management Yang Diaplikasikan dalam Gaya dan Kompetensi Kepemimpinan untuk Strategi Leadership Branding	52

4.3.2 Reputasi pemimpin dari perspektif karyawan sebagai output branding.....	62
--	----

4.3.3 Model yang dihasilkan setelah dilakukannya penelitian.	68
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	70
----------------------	----

5.2 Saran	71
-----------------	----

5.2.1 Saran Praktisi.....	71
---------------------------	----

5.2.2 Saran Akademisi.....	71
----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen), 2017	3
Gambar 2.1 Model Penelitian Yang Diusulkan	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Benang Kopi Nusantara	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Jojonomic.....	48
Gambar 4.3 Model Temuan Leadership Branding Pada Generasi Milenial di Perusahaan Startup Jakarta.....	68

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Pengelompokkan Generasi	2
Tabel 2.1 Kompetensi Kepemimpinan	16
Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara untuk Manajer PT. Benang Kopi Nusantara dan Pemimpin Customer Experience Team Jojonomic	38
Tabel 3.3 Pedoman Wawancara untuk staf PT. Benang Kopi Nusantara dan anggota tim customer experience Jojonomic	39
Tabel 4.1 Kategorisasi Wawancara Terkait Leadership Branding pada Gaya Kepemimpinan dan Kompetensi Pemimpin	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran – 1	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Manager PT. Benang Kopi Nusantara Nama informan: Novia Anggraini (VS-1).....	75
Lampiran – 2	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Leader of Customer Experience Team Jojonomic Nama informan: Aria Widura (VS-2).....	79
Lampiran – 3	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Staf PT. Benang Kopi Nusantara Nama informan: Nyimas Kholidya Amalia (VS-3).....	83
Lampiran – 4	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Staf Customer Experience Team Jojonomic Nama informan: Husni Ridwan (VS-4).....	86
Lampiran – 5	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Staf PT. Benang Kopi Nusantara Nama informan: Raihan Syaban (VS-5).....	89
Lampiran – 6	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Staf Customer Experience Team Jojonomic Nama informan: Annisa Fauziah (VS-6).....	91