



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

ENTREPRENEUR & PERSONAL BRANDING
dalam DRAMATURGI ERVING GOFFMAN
(Studi Etnografi pada Young Entrepreneur Yasa Singgih)

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

KIKI AMELIA I K

13140110031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA *PUBLIC RELATIONS*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“*Entrepreneur & Personal Branding* dalam Dramaturgi Erving Goffman
(Studi Etnografi Komunikasi pada *Young Entrepreneur* Yasa Singgih)”**

oleh
Kiki Amelia

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Agustus 2017 pukul 08:30 s.d. 10:00 dan
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



(Cheryl P Bensa, S.I.Kom., M.A.)

Penguji Ahli



(Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.)

Dosen Pembimbing



(Inco Hary Perdana, M.Si.)

**Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Inco Hary Perdana, M.Si.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian ini merupakan karya ilmiah milik saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang merujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecuranga/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya berseia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Jakarta,



Kiki Amelia

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMMN

UNIVERSITAS

Work, Pray, Think and Believe.

MULTIMEDIA

Trust yourself, See You on Top.

NUSANTARA

Untuk semua yang membaca.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan pendampingan-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Entrepreneur & Personal Branding* dalam Dramaturgi Erving Goffman (studi etnografi pada *Young Entrepreneur* Yasa Singgih)” dengan baik sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Dalam proses penelitian hingga penyusunan Skripsi ini, ada beberapa pihak yang senantiasa memberikan dukungan, arahan, doa serta waktu untuk membantu peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si. selaku pembimbing penelitian dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan penelitian, masukan, saran, inspirasi, buku-buku literatur serta dorongan dan semangat selama proses pembuatan Skripsi ini berlangsung.
2. Yasa Singgih, selaku narasumber dari penelitian yang sudah bersedia untuk diikuti dalam kesehariannya, berbagi informasi yang peneliti butuhkan, inspirasi dalam berbagai kehidupan dan edukasi untuk menjadi pembisnis yang baik.
3. Keluarga penulis, orang tua dan kakak saya yang senantiasa mendoakan serta memberikan dukungan moril, materil dan psikologis sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
4. Davin Senviadi yang selalu ada memberi motivasi, menghibur, dan menyediakan waktunya dikala peneliti mengalami depresi dan takut apabila Skripsi ini tidak sesuai harapan.
5. Ka Dony selaku pembimbing di luar jam kampus yang memberikan masukan-masukan dan data literatur apabila peneliti mengalami kesulitan.
6. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah

berperan membantu terselesaikannya skripsi ini serta pihak yang bersama berjuang untuk menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya, peneliti dengan senang hati terbuka akan segala bentuk masukan dan kritik yang membangun demi menyempurnakan Skripsi ini. Eneliti berharap Skripsi ini selanjutnya dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 25 Juni 2017



Kiki Amelia I K

ENTREPRENEUR & PERSONAL BRANDING dalam
DRAMATURGI ERVING GOFFMAN
(Studi Etnografi pada Young Entrepreneur Yasa Singgih)
ABSTRAK
Oleh: Kiki Amelia

Kegiatan *branding* pada saat ini tidak hanya dilakukan oleh sebuah perusahaan. Sosok Individu sekarang ini juga perlu melakukan kegiatan *branding* yang dikenal sebagai kegiatan *personal branding*.

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui bagaimana proses pembentukan *personal branding Young Entrepreneur Yasa Singgih* dalam dramaturgi Erving Goffman panggung depan dan panggung belakang. Untuk itu, penelitian ini menggunakan model *Authentic Personal Brand*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi khususnya etnografi komunikasi, peneliti melakukan observasi partisipan untuk mengetahui lebih mengetahui bentuk komunikasi yang Yasa lakukan baik ketika menjadi sosok *entrepreneur* dan ketika menjadi sosok dewasa biasa. Data- data diperoleh melalui kegiatan observasi berperan serta, pengamatan di instagram dan wawancara tidak terstruktur.

Dari hasil penelitian ini dapat dipahami bahwa dalam memainkan perannya sebagai *entrepreneur* Yasa mengambil *value* dari kemampuannya mengedukasi ilmu *entrepreneur* yang ia miliki kepada publik karena tidak banyak dari orang sukses yang mampu mengedukasi publiknya untuk dapat menjadi pribadi yang sukses pula.

Kata Kunci: *Personal Branding*, dramaturgi, *Authentic Personal Branding*, *entrepreneur*.

*ENTREPRENEUR & PERSONAL BRANDING in ERVING
GOFFMAN's DRAMATURGY
(Ethnographic Studies at Young Entrepreneur Yasa Singgih)*

ABSTRACT
KIKI AMELIA

Branding activity at this time is not only done by a company. Individual figures now also need to perform branding activities known as personal branding activities.

This research allows to know how the process of formation of personal branding Yasa Singgih as a Young Entrepreneur in Erving Goffman's dramaturgy front stage and back stage. For that, this research uses Authentic Personal Brand model.

This study uses ethnographic research methods, especially ethnographic communication, the researchers conducted participant observation to find out more forms of communication is being done well and become a common adult figure. All the data obtained through the activity.

From the results of this study can be understood in his role as a businessman, Yasa take the value of his ability to educate entrepreneurship that he has to the public because not many of the successful people who can educate the public to be a successful person as well.

Keywords: Personal Branding, dramaturgy, Authentic Personal Branding, entrepreneur.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Konsep/ Teori yang Digunakan.....	18
2.2.1 Pendekatan Dramaturgi.....	18
2.2.1.1 Pertunjukan Panggung Depan dan Belakang.....	23
2.2.2 Komponen Komunikasi	26
2.2.3 Branding.....	27
2.2.4 Personal Branding.....	28
2.2.5 Konsep Personal Branding.....	30
2.2.6 Entrepreneur.....	33

2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	37
3.3. Objek Penelitian.....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Pengamatan Berperan- Serta	42
3.4.2 Wawancara.....	44
3.4.3 Analisis Dokumen.....	44
3.5 Keabsahan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	47
4.1. Profil Yasa Singgih.....	47
4.2. Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Hubungan Dramaturgi dengan Personal Branding	51
4.2.2 Self Introppection Yasa Singgih	54
4.2.3 SWOT Yasa sebagai Entrepreneur.....	55
4.2.4 Personal Balance Score	56
4.2.4.1 Personal Competence.....	57
4.2.4.2 Competence for Adding Value.....	57
4.2.4.3 Attitude for Self-Actualization.....	58
4.2.5 Rebranding the New Yasa.....	59
4.2.6 Komponen Komunikasi Yasa	60
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 Peristiwa Komunikasi Panggung Belakang (Back Stage)	62
4.3.1.1 Panggung Belakang bersama teman-teman	63
4.3.1.2 Panggung Belakang bersama team Men’s Republic	65
4.3.1.3 Panggung Belakang sebagai mahasiswa tingkat akhir.....	67
4.3.1.4 Panggung Belakang gemar ke toko buku	68
4.3.1.5 Panggung Belakang dengan keluarga	70
4.3.1.6 Panggung Belakang dengan pacar	75
4.3.1.7 Panggung Belakang Gemar Menyantap Makanan Warteg... ..	77
4.3.2 Peristiwa Komunikasi Panggung Depan (Front Stage)	79
4.3.2.1 Panggung Depan Kegiatan Seminar	79

4.3.2.2 Panggung Depan Meeting dengan <i>Team Men's</i>	82
4.3.2.3 Panggung Depan Meeting dengan Vendor	84
4.3.2.4 Panggung Depan Interview dengan Femina	85
4.3.2.5 Panggung Depan Perlombaan Kewirausahaan di GSEA..	86
4.3.3 Elemen Personal Brand	87
4.3.4 <i>Authentic Personal Brand</i>	89
BAB V KESIMPULAN dan SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis	100
5.2.2 Saran Praktis.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

1.1 Yasa Singgih sebagai Guest Star Sarah Sechan.....	8
1.2 Yasa Singgih sebagai Guest Star Kick Andy.....	8
1.3 Pencarian Yasa Singgih di Google.com.....	9
2.1 Elemen dalam panggung Dramaturgi.....	23
3.1 Profil Yasa Singgih.....	40
4.1 Yasa Singgih.....	49
4.2 Yasa dan teman-temannya.....	50
4.3 Yasa dan <i>Insta Story</i>	66
4.4 Buku Yasa Singgih.....	70
4.5 Yasa dan Sang Ibu.....	72
4.6 <i>Insta Story</i> Yasa.....	73
4.7 Yasa, Pacar dan Keluarga Kakak.....	74
4.8 Yasa dan Pacar.....	76
4.9 Yasa dan Makanan Warteg.....	77
4.10 Yasa dan Kegiatan Seminar di Binus Malang.....	81
4.11 Suasana Kantor Yasa.....	82

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.1 Biodata Yasa Singgih	40
4.1 SWOT Yasa Singgih.....	60

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA