



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

CREATIVE PERSONAL BRANDING SEBAGAI FOOD, TRAVEL AND LIFESTYLE BLOGGER

**(Studi Kasus Deskriptif Pada Stanislaus Hans Danial dalam membangun
Personal Branding sebagai *Indonesian Food, Travel and Lifestyle Blogger*
yang Kredibel)**

SKRIPSI



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

Gloria Putri Angelina

11140110191

**JURUSAN PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Creative Personal Branding Sebagai Indonesian Food, Travel And Lifestyle Blogger (Studi Kasus Deskriptif Pada Stanislaus Hans Danial dalam membangun *Personal Branding sebagai Indonesian Food, Travel and Lifestyle Blogger* yang Kredibel)

Oleh

Gloria Putri Angelina

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 11 Agustus 2015,

pukul 13.30 s.d 15.00 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

(Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.)

Penguji Ahli

(Dian Anggraeni, S.S., M.Si.)

Dosen Pembimbing

(Kartika Aryani Harijono, S.Sos., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bherta Sri Eko M., M. Si.)

PERNYATAAN

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

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

Tangerang, 7 Juli 2015

Gloria Putri Angelina

HALAMAN PERSEMBAHAN



Filipi 4:6-7



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan pendampinganNya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul *Creative Personal Branding Sebagai Food, Travel and Lifestyle Blogger (Studi Kasus Deskriptif Pada Stanislaus Hans Danial dalam membangun Personal Branding sebagai Indonesian Food, Travel and Lifestyle Blogger yang Kredibel)* dengan baik dan dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah diharapkan.

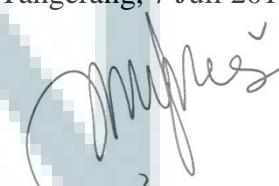
Proses penyusunan Skripsi ini tidak luput dari berbagai pihak yang senantiasa memberi dukungan, doa dan bantuan kepada peneliti. Maka pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kartika Aryani Harijono, S.Sos., M.I.Kom, sebagai dosen pembimbing yang senantiasa memberi dukungan dan arahan sejak masa penyusunan laporan magang peneliti hingga pada penyusunan Skripsi ini.
2. Dr. Bherta Sri Eko, M., M. Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara atas berbagai peran dan bantuan beliau sejak awal perkuliahan hingga selesaiannya Skripsi ini.
3. Stanislaus Hans Danial, atas kesediaannya sebagai informan kunci dan meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk melakukan wawancara dan berbagi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
4. Enda Nasution, selaku Bapak Blogger Indonesia, atas kesediaannya sebagai informan ahli yang memberi bantuan serta berbagi informasi dan pengetahuan kepada peneliti.
5. Monika Tanaya, Josephine Nicole, Esther Monica dan Debora Louissa, atas kesediaannya sebagai informan pendukung yang telah berbagi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
6. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan, doa dan motivasi tiada henti kepada peneliti selama proses penyusunan Skripsi ini.

7. Keluarga tersayang yang selalu memberi dukungan, doa serta percaya bahwa peneliti mampu menyelesaikan Skripsi ini.
8. Andre Burhan yang selalu ada untuk mendengar, memberi dukungan, semangat dan motivasi untuk peneliti dalam proses penyusunan Skripsi ini.
9. Michelle Be sebagai teman seperjuangan yang saling mendukung, memotivasi dan memberi semangat satu sama yang lain dalam proses penyusunan Skripsi ini.
10. Maria Natasha dan Bianca Hartono atas segala bantuan, saran, dukungan, semangat dan motivasi yang telah diberikan kepada peneliti.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam peran dan dukungan yang telah diberikan untuk peneliti.

Tidak ada yang sempurna begitu pula dengan Skripsi ini. Sehingga kritik dan saran sangat diterima oleh peneliti karena ketidaksempurnaan dan masih adanya kekurangan pada Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca.

Tangerang, 7 Juli 2015



Gloria Putri Angelina

**CREATIVE PERSONAL BRANDING
SEBAGAI FOOD, TRAVEL AND LIFESTYLE BLOGGER
(STUDI KASUS DESKRIPTIF PADA STANISLAUS HANS DANIAL
SEBAGAI INDONESIAN FOOD, TRAVEL AND LIFESTYLE BLOGGER
YANG KREDIBEL)**

ABSTRAK

Oleh:
Gloria Putri Angelina
11140110191

Personal branding kini telah berkembang dan diterapkan bukan hanya pada *public figure* saja. *Personal branding* diterapkan pula dalam bidang politik, profesional, olahragawan hingga pengguna media sosial. Banyaknya media sosial yang ditawarkan kepada publik ini menjadi medium menarik dan mudah dalam membangun *personal branding*. Ditengah berbagai macam media sosial yang ada, media sosial blog kini berkembang mengikuti perkembangan tren gaya hidup, salah satunya melahirkan *food blogger*.

Di Indonesia adanya fenomena gaya hidup kuliner pada masyarakat urban yang didukung oleh pertumbuhan industri makanan dan minuman yang meningkat. Fenomena gaya hidup kuliner ini melahirkan *food blogger*, pengguna media sosial blog yang membagikan pengalaman mereka dengan makanan. Diantara banyaknya food blogger di Indonesia, adanya eatandtreats.blogspot.com milik Stanislaus Hans Danial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses *personal branding* Stanislaus Hans Danial sebagai *food, travel and lifestyle* (FTL) blogger yang kredibel. Untuk itu, penelitian ini menggunakan model proses *Creative Personal Branding* dari Jurgen Salenbacher.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan data penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan subjek penelitian. Dari hasil penelitian dapat dipahami pada prosesnya Hans mampu mendefinisikan diri, kemampuan diri, membedakan diri dan bertumbuh dalam diri. *Substance, conviction* dan *style* merupakan *key values* yang memiliki peran dominan dalam membangun *personal brand* dirinya sebagai FTL blogger yang kredibel karena melalui kemampuan, integritas dan gaya otentik yang dikemas dalam ulasannya di blog mampu mengkomunikasikan konsep dirinya kepada publik. Ketiga *key values* tersebut juga mengandung karakteristik kredibilitas yakni kompetensi, kejujuran dan menjadi diri sendiri.

Kata kunci: *Creative Personal Branding, Food, Travel and Lifestyle Blogger, Personal Branding, Stanislaus Hans Danial*

**CREATIVE PERSONAL BRANDING
AS FOOD, TRAVEL AND LIFESTYLE BLOGGER
(DESCRIPTIVE CASE STUDY STANISLAUS HANS DANIAL AS A
CREDIBLE INDONESIAN FOOD, TRAVEL AND LIFESTYLE BLOGGER)**

ABSTRACT

By:
Gloria Putri Angelina
11140110191

Personal branding has now developed and applied not only on public figure. Personal branding also applied in the political field, professional, sports and social media user. The number of social media that is offered to the public has made it as an interesting and easily applied medium for personal branding. Amidst the various kinds of social media, blog has developed closely to lifestyle trends, one of which born food blogger.

In Indonesia, the phenomenon of culinary lifestyle in urban community is supported by the growth of food and beverage industry. With the culinary lifestyle phenomenon, appears food blogger, blog users that share their experiences with food. Among many food blogger in Indonesia, there's eatandtreats.blogspot.com, a food blog belongs to Stanislaus Hans Danial.

This research aims to know Hans's personal branding process as a credible food, travel and lifestyle (FTL) blogger by using Creative Personal Branding process model by Jurgen Salenbacher.

This research used case study methods and obtained its data through in-depth interviews with the research subject. The result showed that Hans's through the process, Hans able to define himself, his ability, differentiate himself and grow personally. Substance, conviction and style are key values that have dominant role in building Hans's personal brand as a credible FTL blogger because through his ability, integrity and authentic style that is packed inside his review on his blog able to communicate his individual concept to the public. These three key values also contain characteristics of credibility, which are competence, trustworthiness and being yourself.

Key Words: Creative Personal Branding, Food, Travel and Lifestyle Blogger, Personal Branding, Stanislaus Hans Danial

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Akademis	21
1.4.2 Manfaat Praktis	21

BAB II KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Konsep-konsep yang digunakan	28

2.2.1 <i>Public Relations</i>	28
2.2.2 <i>Brand</i>	32
2.2.3 <i>Personal Branding</i>	36
2.2.3.1 <i>Creative Personal Branding</i>	40
2.2.3 Media Baru.....	44
2.2.4 Media Sosial.....	45
2.2.4.1 Blog.....	49
2.2.4.2 <i>Food Blogger</i>	54
2.2.4.3 <i>Branding</i> dan Blog	56
2.2.4.4 <i>Search Engine Optimization</i>	59
2.2.5 <i>Credibility</i>	60
2.1 Kerangka Pemikiran.....	62

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	66
3.2 Metode Penelitian.....	67
3.3 Key Informan dan Informan.....	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data	71
3.5 Keabsahan Data.....	72
3.6 Teknik Analasis Data	74
3.7 Fokus Penelitian	76

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Stanislaus Hans Danial.....	77
4.1.1 Pencapaian Stanislaus Hans Danial	81
4.2 Hasil Penelitian	82

4.2.1 <i>Value</i> Diri Stanislaus Hans Danial	83
4.2.2 <i>Self Quality</i> Bagi Stanislaus Hans Danial	85
4.2.3 <i>Social Proof</i> Membantu Membangun Blog Eatandtreats....	88
4.2.4 Hans Sebagai <i>Food Blogger</i> Anti <i>Mainstream</i>	90
4.2.5 Hans Mengutamakan Kepentingan Pembaca.....	92
4.3 Pembahasan.....	94
4.3.1 <i>Creative Personal Branding</i>	94
4.3.1.1 <i>Reflect</i>	94
4.3.1.2 <i>Reframe</i>	99
4.3.1.3 <i>Create</i>	102
4.3.1.4 <i>Grow</i>	108
4.3.1.5 <i>Differentiate</i>	112
4.3.1.6 <i>Go</i>	120
4.3.2 Key Values dari <i>Creative Personal Branding</i>	124
4.3.2.1 <i>Substance</i>	124
4.3.2.2 <i>Style</i>	133
4.3.2.3 <i>Conviction</i>	141
4.3.2.4 <i>Grace</i>	144
4.3.3 Strategi Komunikasi Hans Dalam Menyampaikan Pesan.	147
4.3.3.1 <i>Source</i>	147
4.3.3.2 <i>Message</i>	149
4.3.3.3 <i>Medium</i>	152
4.3.3.4 <i>Public</i>	153
4.3.3.5 <i>Effect</i>	154

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	156
5.2 Saran.....	157
5.2.1 Saran Akademis	157
5.2.1 Saran Praktis	157
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	

UMN

DAFTAR TABEL

1. 2.1 Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Peneliti.....	24
2. 3.1 Tabel Informan Kunci, Informan Pendukung dan Informan Ahli	65
3. 4.1 Pencapaian Stanislaus Hans Danial	76

A large, faint watermark of the UMN logo is centered on the page. The logo consists of a circular emblem containing a stylized figure, with the letters 'UMN' written in a bold, serif font below it.

DAFTAR GAMBAR

1. 1.1 Pengguna internet di dunia.....	2
2. 1.2 Pengguna Internet di Indonesia.....	3
3. 1.3 Frekuensi aktivitas sosial pengguna.....	4
4. 1.4 Waktu yang dihabiskan dengan Media terhitung Maret 2015	6
5. 1.5 Contoh berbagai informasi yang ditampilkan oleh situs pencarian Google untuk Union Jakarta	8
6. 1.6 Indonesia Social Media Infographics.....	11
7. 1.7 Pencarian kata kunci ‘food blogger Indonesia pada situs pencarian Google, Yahoo! Dan Bing	12
6. 2.2 <i>Creative Personal Branding</i> menurut Salenbacher.....	36
7. 4.1 Blog makanan milik Stanislaus Hans Danial	73
8. 4.2 Post blog eatandtreats mengenai makanan, <i>traveling</i> dan gaya hidup (kiri-kanan).....	74
9. 4.3 Stanislaus Hans Danial sebagai <i>Food Blogger Icon</i> dalam Ikonography 2014.....	75
10. 4.4 Header blog eatandtreats	108
11. 4.5 Profil Instagram, Twitter, Google Plus dan Facebook Hans.....	110
12. 4.6 <i>Business Card</i> milik Hans	114
13. 4.7 Hasil foto Hans menggunakan kamera DSLR	122
14. 4.8 Karya foto Hans dalam Majalah Dewi.....	124
12. 4.9 Gaya Stanislaus Hans Danial dalam berpakaian.....	117

13. 4.10 Hasil foto Hans yang memiliki <i>vintage tone</i>	131
14. 4.11 Statement Media Chic Magazine, Bakery Magazine dan The Jakarta Globe.....	131



DAFTAR BAGAN

1. 2.1 Kerangka Pemikiran.....	57
--------------------------------	----



Universiti
Malaysia
Negeri
Sembilan