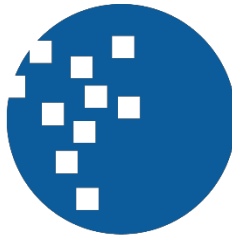


**STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM
SEBAGAI GAMING INFLUENCER**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

OLLIVYA RHESTY MUDETYA

00000032232

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

**STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM
SEBAGAI GAMING INFLUENCER**



OLLIVYA RHESTY MUDETYA

0000032232

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ollivya Rhesty Mudetya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000032232

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM SEBAGAI GAMING INFLUENCER

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2022



(Ollivya Rhesty Mudetya)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM SEBAGAI GAMING INFLUENCER

Oleh

Nama : Ollivya Rhesty Mudetya
NIM : 00000032232
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Juni 2022

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed by Theresia
LV Lolita, M.I.Kom.
Date: 2022.07.17 15:12:35
+07'00'

Theresia L.V. Lolita, M.Ikom.

NIDN 0327019001

Penguji


Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

NIDN 0308117706

Pembimbing



Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Strategic Communication


Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

NIDN 0308117706

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ollivya Rhesty Mudetya
NIM : 00000032232
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

**STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM SEBAGAI
GAMING INFLUENCER**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2022
Yang menyatakan,



Ollivya Rhesty Mudetya

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM SEBAGAI GAMING INFLUENCER”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Strategic Communication Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Penguji dalam sidang skripsi.
6. Theresia L.V. Lolita, M.Ikom., selaku Ketua Sidang dalam sidang skripsi.
7. Papa, Mama, Alesha, Kak Bella, Raffael, yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan menjadi salah satu penyemangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Muhammad Rifkie yang selalu memberikan dukungan penuh, memotivasi, dan salah satu penyemangat sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Akane, Erica, Ruty, Aimee, dan Adela, selaku sahabat penulis yang senantiasa memberi semangat dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi.
10. Bos Dudu, Panji, Kak Bia, Mas Rez, Bang Sigot, yang selalu menyemangati dan menemani bermain PUBG sehingga terselesainya skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Juni 2022



Ollivya Rhesty Mudetya

STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING ANISA RAHIM SEBAGAI GAMING INFLUENCER

Ollivya Rhesty Mudetya

ABSTRAK

Personal branding merupakan hal penting untuk dibangun setiap orang termasuk *Gaming Influencer*. Sebagai *Gaming Influencer*, Anisa Rahim harus membangun *personal branding*-nya secara *online* melalui media sosial. *Personal branding* merupakan proses seseorang untuk mengomunikasikan diri dengan menojolkan kelebihan, ciri khas, dan keunikan sehingga memiliki identitas profesional yang kredibel. Anisa Rahim salah satu orang yang memanfaatkan media sosial dalam mengomunikasikan *personal branding*-nya secara *online* melalui media sosial Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *online personal branding* Anisa Rahim melalui media sosial Tiktok. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik, jenis penelitian deskriptif kualitatif, dan metode penelitian Studi kasus. Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Online Personal Branding* menggunakan *Twelve of Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann. Memperoleh data berdasarkan wawancara, observasi, dan simpanan rekaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Anisa Rahim telah melakukan dua belas tahapan membangun *personal branding online* dan berhasil dalam mengomunikasikan *personal brand*-nya melalui konten-konten yang diunggahnya di Tiktok. Beberapa langkah yang dilakukan oleh Anisa Rahim adalah menyadari kemampuan dan potensi dirinya, mengidentifikasi audiens target, mengidentifikasi pesaing, membuat profil media sosial, membuat konten, memperoleh umpan balik, membentuk koneksi koneksi, melakukan pengembangan dan perubahan, memenuhi ekspektasi diri sendiri dan audiens, dan mengikuti perkembangan teknologi dan norma yang berlaku. Kesimpulannya, Anisa Rahim telah berhasil mengomunikasikan *personal brand*-nya melalui Tiktok berdasarkan konsep yang digunakan yaitu *Twelve of Online Personal Branding*. Namun Anisa Rahim belum melakukan tahap *Build Personal Website* karena dinilai belum dibutuhkan untuk saat ini.

Kata Kunci: *Anisa Rahim, E-sport, Online Personal Branding, Twelve Step of Online Personal Branding.*

ONLINE PERSONAL BRANDING STRATEGY OF ANISA RAHIM AS AN GAMING INFLUENCER

Ollivya Rhesty Mudetya

ABSTRACT

Personal branding is an important thing for everyone to build, including Gaming Influencers. As a Gaming Influencer, Anisa Rahim must build her personal branding online through social media. Personal branding is a person's process of communicating themselves by highlighting their strengths, characteristics, and uniqueness so that they have a credible professional identity. Anisa Rahim is one of the people who use social media to communicate her personal branding online through Tiktok's social media. This study aims to determine Anisa Rahim's online personal branding strategy through TikTok social media. This study uses a post-positivistic paradigm, qualitative descriptive research, and case study research methods. The main concept used in this research is Online Personal Branding using the Twelve of Online Personal Branding by Ryan M. Frischmann. Obtaining data based on interviews, observations, and recordings. The results show that overall Anisa Rahim has carried out twelve stages of building online personal branding and has succeeded in communicating her personal brand through the content she uploads on TikTok. Some of the steps taken by Anisa Rahim are realizing her abilities and potential, identifying the target audience, identifying competitors, creating social media profiles, creating content, getting feedback, forming connections, developing and changing, meeting the expectations of themselves and the audience, and keep abreast of technological developments and applicable norms. In conclusion, Anisa Rahim has succeeded in communicating her personal brand through TikTok based on the concept used, namely the Twelve of Online Personal Branding. However, Anisa Rahim has not yet carried out the Build Personal Website stage because it is considered not needed at this time.

Keywords: *Anisa Rahim, E-sport, Online Personal Branding, Twelve Step of Online Personal Branding.*

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 PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Konsep Penelitian.....	16
2.2.1 Personal Branding	16
2.2.2 Online Personal Branding	21
2.2.2.1 Model Online Personal Branding.....	23
2.2.2.2 Twelve Step of Online Personal Branding.....	26
2.3 Alur Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	31
3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4 Partisipan dan Informan.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Wawancara.....	34
3.5.2 Studi Dokumen	36
3.5.3 Observasi.....	36
3.5.3.1 Recording Observations.....	37
3.6 Teknik Keabsahan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Subjek Penelitian.....	41
4.1.2 Objek Penelitian.....	47
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Anisa Rahim Memposisikan Image Dirinya sebagai Casual Gamer	47
4.2.2 Pembentukan Online Personal Branding Anisa Rahim Melalui TikTok	51
4.2.3 Komitmen Anisa Rahim dalam membentuk Online Personal Branding	55
4.3 Hasil pembahasan.....	58
4.3.1 Proses Pembentukan Online Personal Branding	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	i

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ciri Khas Anisa Rahim & Jenis Game yang Dimainkan	7
Tabel 1. 2 Ciri Khas Aura Dyah & Jenis Game yang Dimainkan	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

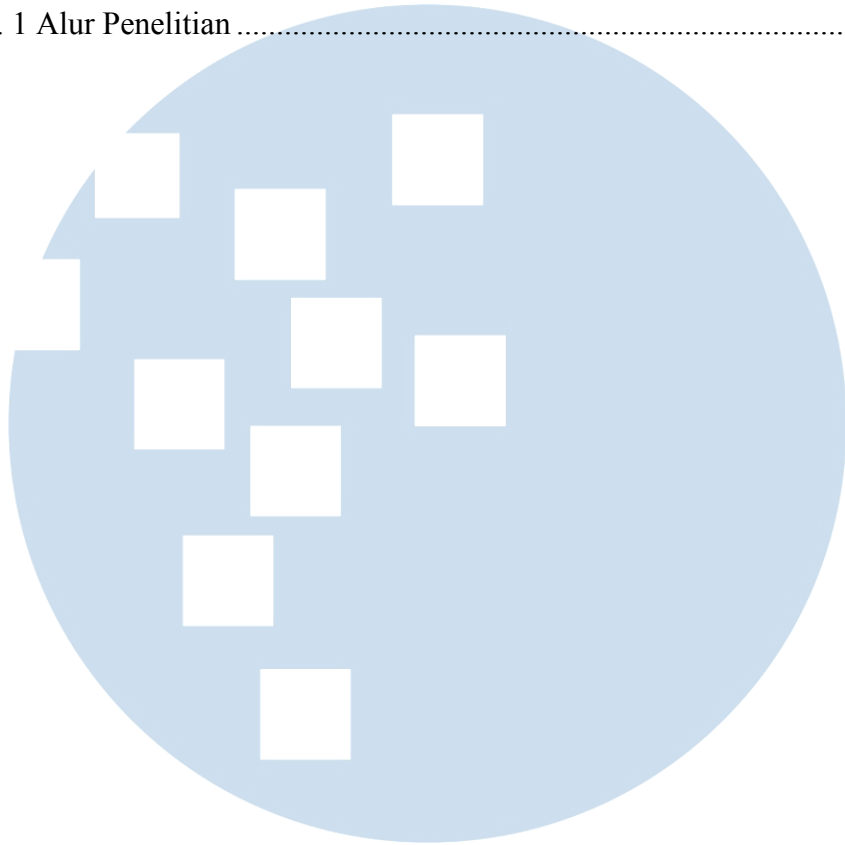
Gambar 1. 1 Pasar Game di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Global Games Market Report	2
Gambar 1. 3 Persentase Gamer Perempuan Berbagai Genre.....	3
Gambar 1. 4 Konten-konten Anisa Rahim pada TikTok	6
Gambar 1. 5 Potret Anisa Rahim sebagai Guest Star.....	7
Gambar 1.6 Brand Ambassador Free Fire AURA E-sport Aura Dyah.....	8
Gambar 4. 1 Potret Anisa Rahim	41
Gambar 4. 2 Anisa Rahim Live Streaming di Nimo TV.....	43
Gambar 4. 3 Official Merchandise Chaleezi.....	44
Gambar 4. 4 Anisa menjadi Brand ambassador Predator Gaming Indonesia & Menghadiri Event MPL di Bali 2021	45
Gambar 4. 5 Profil TikTok Anisa Rahim.....	46
Gambar 4. 6 Konten TikTok Anisa Rahim	53

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Alur Penelitian 29



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN A. FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
2. LAMPIRAN B. FOKUS PENELITIAN
3. LAMPIRAN C. PANDUAN OBSERVASI
4. LAMPIRAN D. RECORDING OBSERVATION (NARRATIVE RECORDING)
5. LAMPIRAN E. TRANSKRIP WAWANCARA
6. LAMPIRAN F. HASIL TURNITIN
7. LAMPIRAN G. CURRICULUM VITAE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA