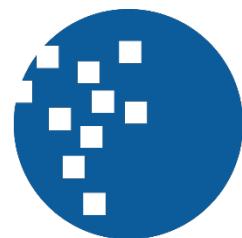


**STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING  
SELLY TAENGGO SEBAGAI GAMING INFLUENCER  
DI INDONESIA**



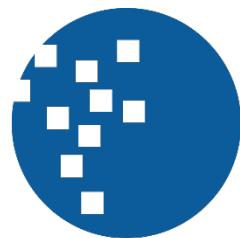
**SKRIPSI**

**ANDREAS**

**00000030909**

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

**STRATEGI *ONLINE PERSONAL BRANDING*  
*SELLY TAENGGO SEBAGAI GAMING INFLUENCER*  
DI INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Andreas**

**00000030909**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andreas

Nomor Induk Mahasiswa : **00000030909**

Program studi : Ilmu Komunikasi – Strategi Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Strategi Online Personal Branding Selly Taenggo Sebagai Gaming Influencer di Indonesia

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, 20 December 2022



Andreas

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING SELLY TAENGGO SEBAGAI GAMING INFLUENCER DI INDONESIA**

Oleh  
Nama : Andreas  
NIM : 00000030909  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa 20 December 2022

Pukul 8:30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Cendra Rizky  
Anugrah Bangun  
2023.01.04  
15:24:56 +07'00'

Cendra Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN: 0304078404

Penguji



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN: 0309129202

Pembimbing

  
Digitally signed by  
Mujiono Sandim  
Date: 2023.01.04  
15:41:51 +07'00'  
Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN : 0315108802

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Cendra Rizky Anugrah  
Bangun  
2023.01.04 15:25:14  
+07'00'

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

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

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

Nama : Andreas  
NIM : 00000030909  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

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

### **STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING SELLY TAENGGO SEBAGAI GAMING INFLUENCER DI INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif 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, 15 Juni 2022

Yang menyatakan,

  
Andreas

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatnya sehingga peneliti dapat diizinkan untuk menyelesaikan skripsi akhir yang berjudul “Strategi *Online Personal Branding* Selly Taenggo) Sebagai *gaming Influencer* di Indonesia” dengan tepat waktu.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat peneliti untuk menerima gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses menjalankan penyusunan skripsi ini, tentunya peneliti mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Mujiono Sandim.S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu sabar dan selalu memberikan arahan yang baik, serta telah meluangkan waktu, tenaga dan dukungan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan juga tepat waktu.
5. Selly Taenggo selaku informan dalam penelitian, yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk memberikan informasi, dan juga dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Muhammad Naufall Rizky Adikoesemo (Ale) selaku narasumber tambahan dalam penelitian kali ini, yang telah bersedia memberikan waktu dan juga informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
7. Ichsan Adham selaku narasumber tambahan dalam penelitian kali ini, yang telah bersedia memberikan waktu dan juga informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

8. Linda dan juga Petrus selaku orangtua peneliti yang selalu memberikan dukungan moral dan materil kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Ronald selaku saudara kandaung peneliti yang telah membantu dan juga memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penulisan skripsi ini.
10. Ielyfia Prasetio selaku kekasih peneliti yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan juga membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
11. Alya Zahira, Fagreata Khinawan, dan Yohanes Ricky selaku sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, informasi, bantuan, serta memberikan motivasi-motivasi yang dapat membangun peneliti menyelesaikan skripsi dari tahap awal hingga skripsi ini pun selesai.
12. Vincentius Pangestu, Genta Nathanel, Niki Sudarsono, Reyhan Avivi selaku kerabat kantor, yang selalu mendukung secara mental dan juga emosional pagi peneliti, dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, bagi banyak orang dan baik juga sebagai sebuah sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti berharap untuk adanya saran serta kritik yang dapat membangun sehingga skripsi ini pun dapat bermanfaat bagi banyak orang yang membacanya.

Tangerang, 15 Juni 2022



Andreas

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **STRATEGI ONLINE PERSONAL BRANDING SELLY TAENGGO SEBAGAI GAMING INFLUENCER DI INDONESIA**

Andreas

## **ABSTRAK**

Persaingan ketat di dunia *eSports* membuat para *gaming influencer* harus saling menonjolkan keunikan dan *skills* mereka agar dapat merepresentasikan diri sebagai *gaming influencer* yang terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *strategi online personal branding* Selly Taenggo sebagai *gaming influencer* melalui media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan *post-positivistik* dan menggunakan studi kasus sebagai metodenya. Dan juga data yang diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam serta konsep utama yang digunakan adalah *twelve of Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Selly Taenggo telah berhasil mengkomunikasikan personal branding-nya melalui media sosial TikTok dengan mengikuti semua tahapan dalam membangun *online personal branding*, kecuali tahapan *Build your own Personal Website* yang dinilai tidak relevan untuk saat ini. Penelitian ini memberikan informasi tentang bagaimana seorang *gaming influencer* dapat membangun dan menerapkan strategi *online personal branding* melalui media sosial TikTok.

**Kata kunci:** *Selly Taenggo, Online Personal Branding, Gaming Influencer, Brand Ambassador.*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# SELLY TAENGGO ONLINE PERSONAL BRANDING STRATEGY AS A GAMING INFLUENCER IN INDONESIA

Andreas

## ABSTRACT (English)

*Intense competition in the esports world makes gaming influencers have to highlight each other's uniqueness and skills in order to represent themselves as trusted gaming influencers. This study aims to determine Selly Taenggo's online personal branding strategy as a gaming influencer through TikTok social media. This research uses qualitative descriptive method with post-positivistic approach and use case study as the method. And also the data obtained from in-depth interviews and the main concepts used are twelve of Online Personal Branding by Ryan M. Frischmann. The results of this study show that Selly Taenggo has successfully communicated her personal branding through TikTok social media by following all stages of building online personal branding, except for the Build your own Personal Website stage which is considered irrelevant for now. This research provides information on how a gaming influencer can build and implement an online personal branding strategy through TikTok social media.*

**Keywords:** Selly Taenggo, E-sports, Online Personal Branding, Twelve Step of Online Personal Branding, Gaming Influencer, Brand Ambassador.



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	14
1.3    Pertanyaan penelitian .....	15
1.4    Tujuan Penelitian .....	15
1.5    Manfaat Penelitian .....	15
1.5.1    Manfaat Akademis .....	15
1.5.2    Manfaat Praktis .....	15
1.6    Batasan Penelitian .....	16
BAB II .....	17
KERANGKA KONSEP .....	17
2.1    Penelitian Terdahulu .....	17
2.2    Teori dan Konsep .....	20
2.2.1 <i>Branding</i> .....	20
2.2.2 <i>Personal Branding</i> .....	21
2.2.3 <i>Online Personal Branding</i> .....	26
2.2.3.1    Model <i>Online Personal Branding</i> .....	28
2.2.3.2    Twelve Step of <i>Online Personal Branding</i> .....	30
2.3    Kerangka Pemikiran .....	33

BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1    Paradigma Penelitian .....	34
3.2    Jenis dan Sifat penelitian .....	35
3.3    Metode Penelitian.....	36
3.4    Partisipan dan Informan .....	38
3.5    Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6    Keabsahan Data .....	40
3.7    Teknik Analisis Data .....	42
BAB IV .....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1    Profil Subjek Penelitian.....	44
4.1.2    Objek Penelitian .....	47
4.2    Hasil Penelitian.....	47
4.2.1    Selly Taenggo Memposisikan Brand Image sebagai Gamer .....	47
4.2.2    Pembentukan <i>Online Personal Branding</i> Selly Taenggo Melalui TikTok .....	53
4.2.3    Komitmen Selly Taenggo dalam membentuk Online Personal Branding.....	57
4.3 Hasil Pembahasan.....	58
4.3.1    Proses Pembentukan Online Personal Branding .....	59
BAB V.....	77
SIMPULAN DAN SARAN .....	77
5.1    Simpulan.....	77
5.2    Saran.....	79
5.2.1    Saran Praktis.....	79
5.2.2    Saran Akademis .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN .....	86
TURNITIN .....	121
RIWAYAT HIDUP .....	122

## DAFTAR TABEL

Daftar Tabel 1.1 Ciri Khas Selly Taenggo Sebagai Gaming Influencer Di Indonesia.....	12
Daftar Tabel 1.2 Ciri Khas Momo Chan Sebagai Gaming Influencer Di Indonesia.....	13
Daftar Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Peneliti.....	16
Daftar Tabel 3.1 Paradigma Penelitian.....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Penggunaan Internet di Indonesia per – Februari 2022.....	3
Gambar 1.2 Waktu orang Indonesia menagkses Media Digital (Tahun 2022).....	3
Gambar 1.3 Pasar Game di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Aktivitas Waktu yang dihabiskan Menggunakan Media sosial (2022).4	
Gambar 1.5 Indonesia Market Overview 2020.....	6
Gambar 1.6 Akun TikTok @sellytaenggoo.....	8
Gambar 1.7 Beranda Akun Unggahan TikTok @Sellytaenggoo.....	9
Gambar 1.8 <i>profile</i> Akun Instagram pribadi Selly Taenggo.....	10
Gambar 1.9 Gaming Influencer Unipin Indonesia Momo Chan.....	12

Gambar 2.1 Alur Pemikiran.....33

Gambar 4.1 Potret Selly Taenggo.....41

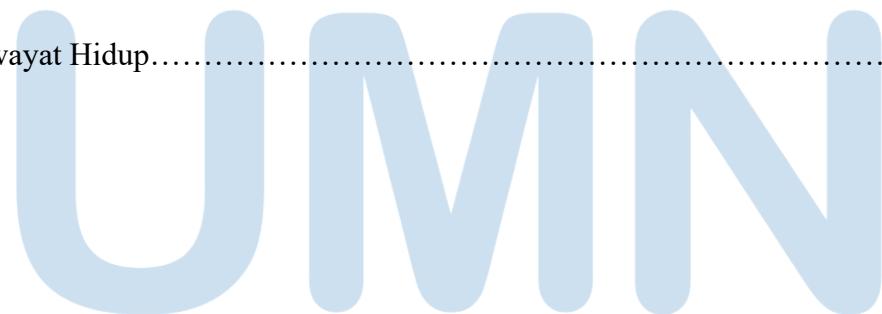
Gambar 4.2 Selly Taenggo Melakukan sesi *live streaming* di TikTok.....43

Gambar 4.3 Discord Komunitas Selly Taenggo.....47

Gambar 4.4 Konten TikTok Selly Taenggo.....51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Fokus Penelitian.....	84
Lampiran Indikator Pertanyaan Kualitatif.....	87
Panduan Observasi Penelitian.....	91
Recording Observation ( <i>Narrative recording</i> ).....	92
Interval Recording.....	95
Lampiran Wawancara.....	96
Lampiran Wawancara Manjaer dan Team Personal Branding.....	104
Lampiran Wawancara Informan Head Talent & Team Personal Branding.....	111
Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir.....	116
Turnitin.....	118
Riwayat Hidup.....	119



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA