

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, anugerah, dan bimbingan-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi dengan judul “STRATEGI *PERSONAL BRANDING* TSAMARA AMANY DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER” ini diajukan sebagai pemenuh salah satu syarat kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi dan sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu di Universitas Pelita Harapan.

Dalam proses penulisannya, Penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos. M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Pelita Harapan dan Koordinator Tugas Akhir.
3. Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan bantuan kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

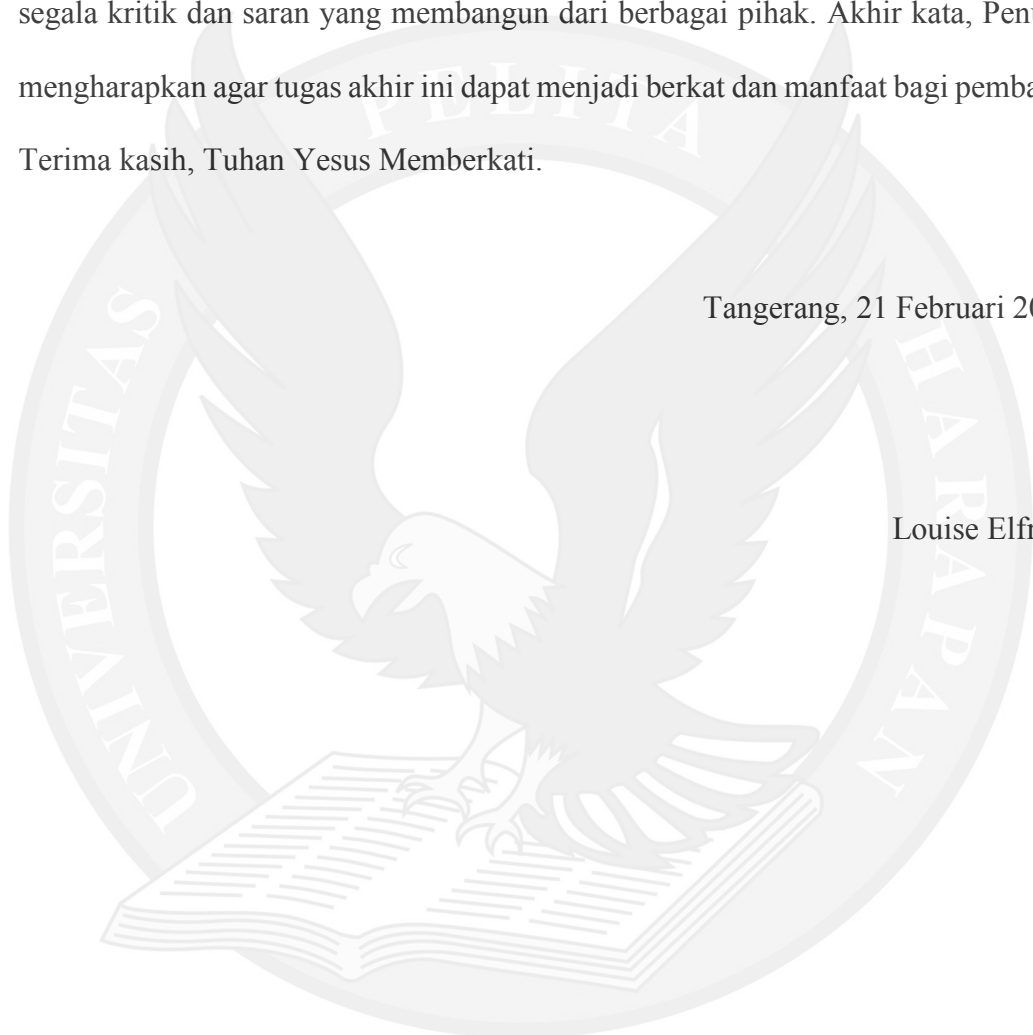
4. Dr.Rizaldi Parani, S.Sos., MIR dan Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comm selaku penguji tugas akhir yang telah membantu kelancaran sidang dan revisi tugas akhir Penulis.
5. Seluruh dosen, karyawan dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan yang telah membantu Penulis selama masa perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir.
6. Tsamara Amany, Rachel Abigail, dan Satria Oktahade yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber Penulis.
7. Papa dan Mama yang telah menjadi orang tua terbaik yang selalu ada untuk memberikan dukungan, motivasi, doa, kasih sayang, dan bantuan baik moral maupun materil selama Penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kakak Sam dan Kakak Gaby panutan terbaik Penulis yang selalu memberikan motivasi, doa, kasih sayang, dan bantuan untuk Penulis.
9. Vella, Bianca, Dara, dan Teresa sahabat penulis sejak SD yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan semangat selama Penulis kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir.
10. “Terajana Digoyang” (Bie, Natali, Carol, Vella, Adwina, Talitha, Gigis, Gisela, Rere, Becca, Cardela, Rugun dan Nandira) sahabat penulis sejak SMA yang selalu menghibur dan memberikan semangat selama Penulis menjalani kerasnya kehidupan perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.

11. Bie, Natali, Carol dan Luis yang menemani Penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Selalu sabar mendengarkan tangis serta keluh kesah Penulis, memberikan dukungan, hiburan, doa, serta motivasi ketika semangat Penulis mulai kendor dan ingin menyerah.
12. “*Regular 2 Class*” teman-teman seperjuangan selama menempuh tiga tahun perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
13. “IMC” (Yuanitha, Peka, Laiwa, Gaby, Jegan, Fung, Christa, Glenda, Sasa, Ellen dan lain-lain) teman-teman seperjuangan selama tiga tahun menempuh kelas mata kuliah IMC di Universitas Pelita Harapan.
14. Peka, Kathrine, Vania, Glen dan Sonia sebagai teman satu bimbingan yang selalu mengingatkan jadwal bimbingan, menyemangati dan membantu memberikan masukan selama proses pembuatan tugas akhir.
15. “*Grace Root Squad*” (Mey, Indra, Opit, Sasa, Monic, Ipam, Boncu, Aldo, Reyza, Farhan, Gesang, Gilbert, Masan, Rifaldi, Livia, Thalia) teman-teman magang Penulis yang solid, selalu menghibur, membantu dan menemani penulis mengerjakan tugas akhir, serta memberikan dukungan kepada Penulis.
16. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri Penulis sendiri yang selalu berusaha dengan keras memberikan yang terbaik untuk tugas akhir ini. Meskipun ditengah proses penyelesaian tugas akhir ini ada begitu banyak rintangan dan keinginan untuk menyerah, namun Penulis tetap percaya pada diri sendiri bahwa Penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak disebutkan di atas yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, Penulis mengharapkan agar tugas akhir ini dapat menjadi berkat dan manfaat bagi pembaca. Terima kasih, Tuhan Yesus Memberkati.

Tangerang, 21 Februari 2019

Louise Elfrida



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	6
I.3. Rumusan Masalah	9
I.4. Tujuan Penelitian	9
I.5. Kegunaan Penelitian.....	10
I.6. Sistematika Penelitian	10
BAB II SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	12
II.1 Subjek Penelitian.....	12
II.1.1 Tsamara Amany	12
II.2 Objek Penelitian.....	15
II.2.1 Strategi <i>Personal Branding</i> Tsamara Amany Melalui Akun Twitter @TsamaraDKI	16
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	20
III.1 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>.....	21
III.2 <i>Brand</i>.....	22
III.2.1 <i>Brand Image</i>	23
III.2.2 <i>Branding</i>	27
III.3 Strategi.....	28
III.4 <i>Personal Branding</i>.....	29
III.4.1 Definisi <i>Personal Branding</i>	29
III.4.2 Konsep Pembentukan <i>Personal Branding</i>	30
III.4.3 <i>Personal Branding</i> yang Autentik	32
III.5 Citra	34
III.6 <i>New Media</i>.....	35
III.6.1 Media Sosial Twitter.....	36
III.6.2 Twitter sebagai Alat <i>Personal Branding</i>	41

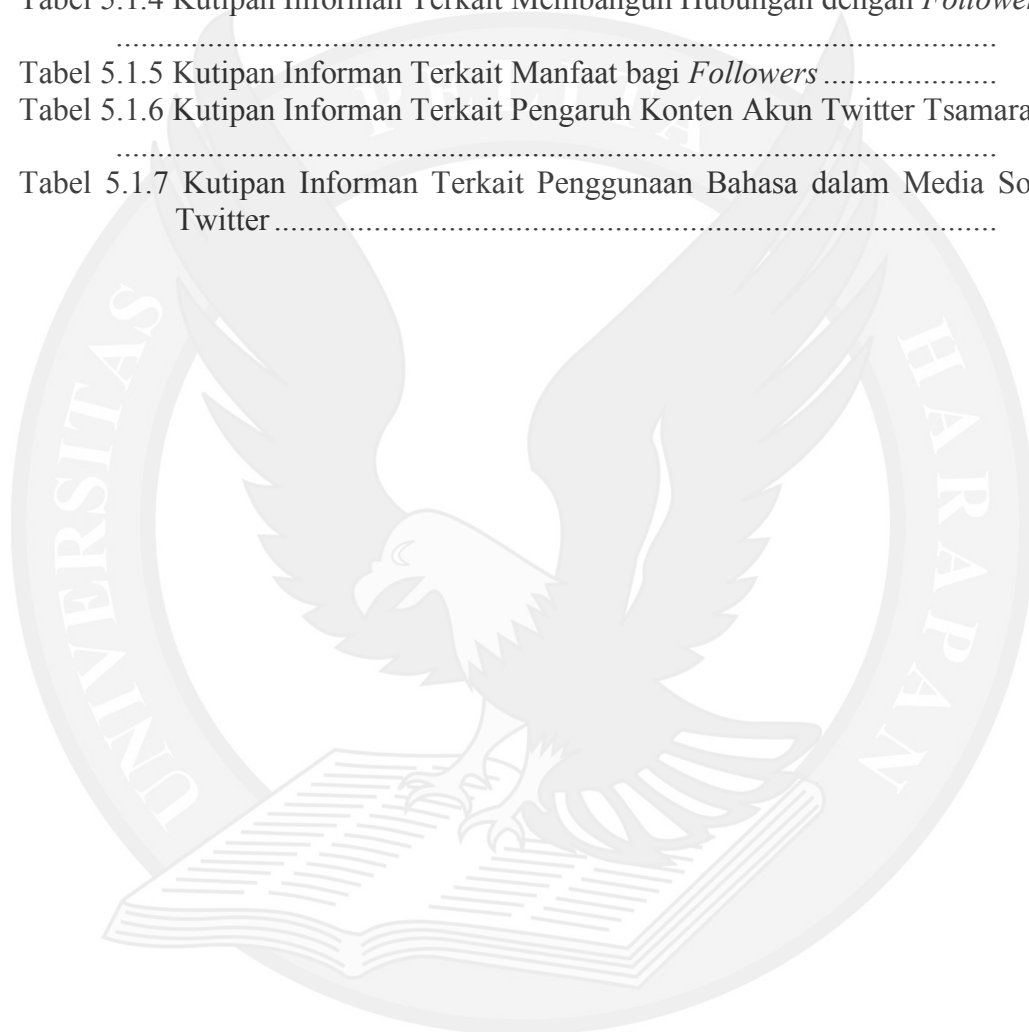
	III.7 Kerangka Pemikiran	42
BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN.....	43
	VI.1 Pendekatan Penelitian	43
	VI.2 Metode Penelitian	44
	VI.3 Metode Pengumpulan Data	45
	VI.4 Key Informan dan Informan.....	47
	VI.5 Metode Analisa Data.....	50
	VI.6 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data	51
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
	V.1 Hasil Penelitian.....	53
	V.2 Pembahasan.....	61
	V.2.1 Twitter sebagai Media untuk Membangun Citra.....	61
	V.2.2 Strategi <i>Personal Branding</i> dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Twitter	65
	V.2.2.1 <i>The Law of Specialization</i>	67
	V.2.2.2 <i>The Law of Leadership</i>	69
	V.2.2.3 <i>The Law of Personality</i>	73
	V.2.2.4 <i>The Law of Distinctiveness</i>	75
	V.2.2.5 <i>The Law of Visibility</i>	81
	V.2.2.6 <i>The Law of Unity</i>	86
	V.2.2.7 <i>The Law of Persistence</i>	88
	V.2.2.8 <i>The Law of Goodwill</i>	89
	V.2.3 Kriteria <i>Personal Branding</i> yang Autentik sebagai Politisi Muda.....	92
	V.2.4 Bagan Temuan Peneliti	96
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
	VI.1 Kesimpulan	96
	VI.2 Saran	99
	DAFTAR PUSTAKA.....	100
	LAMPIRAN
	CURRICULUM VITAE.....

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.1.2 Pengguna Twitter di Indonesia.....	3
Gambar 1.1.3 <i>Posting-an</i> #SaveMukaBoyolali.....	4
Gambar 2.1.1.1 Tsamara Amany.....	13
Gambar 2.2.1.1 Halaman depan akun Twitter @TsamaraDKI.....	17
Gambar 2.2.1.2 Menu <i>Timeline</i> akun Twitter @TsamaraDKI.....	18
Gambar 2.2.1.3 Menu akun Twitter @TsamaraDKI.....	19
Gambar 2.2.1.4 Menu <i>Likes</i> akun Twitter @TsamaraDKI.....	20
Gambar 3.7.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 5.2.1.1 Tsamara Amany dan Fahri Hamzah dalam Acara ILC.....	63
Gambar 5.2.1.2 Tsamara Mempromosikan Acara TV yang akan Dihadirinya	64
Gambar 5.2.1.3 Respon Pengikut Tsamara.....	64
Gambar 5.2.1.1.1 <i>Posting-an The Law of Specialization</i>	69
Gambar 5.2.1.1.2 <i>Posting-an The Law of Specialization</i>	69
Gambar 5.2.2.2.1 <i>Posting-an The Law of Leadership</i>	71
Gambar 5.2.2.2.2 <i>Posting-an The Law of Leadership</i>	72
Gambar 5.2.2.2.3 <i>Posting-an The Law of Leadership</i>	73
Gambar 5.2.2.2.4 <i>Posting-an The Law of Leadership</i>	73
Gambar 5.2.2.3.1 <i>Posting-an The Law of Personality</i>	74
Gambar 5.2.2.4.1 <i>Posting-an The Law of Distinctiveness</i>	76
Gambar 5.2.2.4.2 <i>Posting-an The Law of Distinctiveness</i>	77
Gambar 5.2.2.4.3 <i>Posting-an The Law of Distinctiveness</i>	78
Gambar 5.2.2.4.4 <i>Posting-an The Law of Distinctiveness</i>	79
Gambar 5.2.2.4.5 <i>Posting-an The Law of Distinctiveness</i>	80
Gambar 5.2.2.5.1 <i>Posting-an The Law of Visibility</i>	82
Gambar 5.2.2.5.2 <i>Posting-an The Law of Visibility</i>	83
Gambar 5.2.2.5.3 <i>Posting-an The Law of Visibility</i>	84
Gambar 5.2.2.6.1 <i>Posting-an The Law of Unity</i>	87
Gambar 5.2.2.6.2 <i>Posting-an The Law of Unity</i>	87
Gambar 5.2.2.7.1 <i>Posting-an The Law of Persistence</i>	89
Gambar 5.2.2.8.1 <i>Posting-an The Law of Goodwill</i>	91
Gambar 5.2.2.8.2 <i>Posting-an The Law of Goodwill</i>	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1.1 Kutipan Informan Terkait Citra yang Ingin Dibangun.....	54
Tabel 5.1.2 Kutipan Informan Terkait Ciri Konten Akun Twitter Tsamara....	55
Tabel 5.1.3 Kutipan Informan Terkait Perbedaan Tsamara dengan Politisi lain	56
Tabel 5.1.4 Kutipan Informan Terkait Membangun Hubungan dengan <i>Followers</i>	57
Tabel 5.1.5 Kutipan Informan Terkait Manfaat bagi <i>Followers</i>	58
Tabel 5.1.6 Kutipan Informan Terkait Pengaruh Konten Akun Twitter Tsamara	59
Tabel 5.1.7 Kutipan Informan Terkait Penggunaan Bahasa dalam Media Sosial Twitter	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Transkrip Wawancara <i>Key Informan</i>	A-1
Transkrip Wawancara Informan.....	A-2
Transkrip Wawancara Informan.....	A-3

LAMPIRAN B

Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Tugas Akhir	B-1
Surat Pernyataan Perusahaan.....	B-2

