

ABSTRAK

Michelle Serafin (01041210070)

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* SEORANG YOUTUBER GAMING – ARI KULGAR (STUDI PENELITIAN HOLISTIK)

(xvi + 115 halaman : 7 gambar; 18 tabel; 8 lampiran)

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Personal Branding*, Media Sosial, *influencer*, YouTube

Di era digital ini, industri game telah menjadi sangat populer. Menurut laporan Newzoo (2020), Indonesia memiliki sekitar 170 juta gamer, menjadikannya salah satu negara dengan jumlah gamer terbanyak di dunia. Sehingga konten *game* menjadi sangat diminati. Dengan pertumbuhan era digital, tingkat persaingan di antara *influencer* di media sosial pun meningkat, mendorong mereka untuk membangun merek pribadi yang kuat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Personal Branding* yang diterapkan oleh Ari Kulgar berdasarkan 8 konsep, 3 elemen, dan 5 atribut *Personal Branding*. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian holistik. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi online pada akun YouTube dan live streaming, serta wawancara dengan para informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ari Kulgar, seorang *youtuber game*, berhasil mengelola *Personal Branding*-nya. Dengan mendapatkan 1 juta *subscribers* dalam waktu 5 bulan dan pembelian Porsche Boxter seharga 3.2 miliar sebagai hasil dari kerja keras di Youtubenanya. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam menciptakan merek pribadi yang kuat, penting untuk secara konsisten menjunjung tinggi prinsip-prinsip yang mungkin tidak selalu sejalan dengan logika ekonomi. Menjadi otentik dan memiliki spesialisasi lebih penting dalam perspektif *Personal Branding*.

Referensi: 45 (2014-2024)

ABSTRACT

Michelle Serafin (01041210070)

STRATEGY OF *PERSONAL BRANDING* FOR A GAMING YOUTUBER – ARI KULGAR (HOLISTIC RESEARCH STUDY)

(xvi + 115 pages: 7 images; 18 tables; 8 appendices)

In this digital era, the gaming industry has become extremely popular. According to a Newzoo report (2020), Indonesia has approximately 170 million gamers, making it one of the countries with the largest number of gamers in the world. As a result, gaming content has become highly sought after. With the growth of the digital era, the level of competition among social media influencers has also increased, pushing them to build a strong personal brand.

This study aims to analyze the Personal Branding strategy implemented by Ari Kulgar based on 8 concepts, 3 elements, and 5 attributes of Personal Branding. The researcher used a qualitative approach with a holistic research method. Data was collected through online observation of YouTube accounts and live streaming, as well as interviews with informants.

The results show that Ari Kulgar, a gaming YouTuber, has successfully managed his Personal Branding. He gained 1 million subscribers in 5 months and purchased a Porsche Boxster worth 3.2 billion as a result of his hard work on YouTube. From this research, it can be concluded that in creating a strong personal brand, it is essential to consistently uphold principles that may not always align with economic logic. Being authentic and having a specialization are more important from the perspective of Personal Branding.

Keywords: *Marketing Communication, Personal Branding, Social Media, influencer, YouTube*

Reference: 45 (2014-2024)