

SKRIPSI

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* SANDIAGA UNO PADA
VIDEO DENGAN *THUMBNAIL* KUNJUNGAN KERJA DALAM
CHANNEL YOUTUBE SANDIUNO TV**

Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Tisa Rizki Amanda

1910414320025



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PERSONAL BRANDING SANDIAGA UNO PADA VIDEO DENGAN THUMBNAIL KUNJUNGAN KERJA DALAM CHANNEL YOUTUBE SANDIUNO TV

- A. Nama Mahasiswa : Tisa Rizki Amanda
B. NIM : 1910414320024
C. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai A (80,23) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 26 Mei 2023.
D. Tim Penguji:
- a. Ketua
Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001
 - b. Sekretaris
Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M. Si
NIP. 197610052008121002
 - c. Anggota
Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
NIP. 198907302019032018

Banjarmasin, 5 Juni 2023
Ketua Pembimbing

Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001

Mengetahui
Dekan FJSIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tisa Rizki Amanda

NIM : 1910414320025

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

No HP : 085155282422

Judul Skripsi : ANALISIS PERSONAL BRANDING SANDIAGA UNO PADA
VIDEO DENGAN THUMBNAIL KUNJUNGAN KERJA DALAM CHANNEL
YOUTUBE SANDIUNO TV

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme atau pencurian pikiran ataupun tulisan milik orang lain.

Bila dikemudian hari ditemukannya penyimpangan ataupun ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banjarmasin, 26 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Tisa Rizki Amanda

SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2822/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr.Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
2. Dr. Siswanto, M.Si
3. Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Tisa Rizki Amanda
NIM : 1910414320025
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Sandiaga Uno Dalam Channel
Youtube Sandiuno TV

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jum'at, 26 Mei 2023
J a m : 09.00 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 24 Mei 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik termasuk Dokumen Elektronik yang tidak bisa dicetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah didaftarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh LIRB

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat Dua Puluh Enam Mei Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: ~~2822~~/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 24 Mei 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Tisa Rizki Amanda
NIM : 1910414320025
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Sandiaga Uno Dalam Channel Youtube Sandiuno TV

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.00 s/d selesai
Nilai : 80,23 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 26 Mei 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Tisa Rizki Amanda

1. Ketua : Prof. Dr.Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
2. Sekretaris : Dr.Siswanto, M.Si
3. Anggota : Astinana Yulianti, S.S., M.Ikom

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002

NILAI RATA-RATA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Tisa Rizki Amanda
NIM : 1910414320025
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Sandiaga Uno Dalam Channel Youtube Sandiuno TV

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr.Drs. H. Bachruddin Ali A,M.Si	81	
2.	Dr.Siswanto.,M.Si	80	
3.	Astinana Yulianti,S.S.,M.Ikom	80	
Jumlah		241	
Nilai Rata-rata		80,33	Nilai Akhir = 80,23 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 26 Mei 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

ABSTRAK

Tisa Rizki Amanda, 1910414320025, 2023, Analisis *Personal Branding* Sandiaga Uno Pada Video Dengan *Thumbnail* Kunjungan Kerja Dalam *Channel YouTube* Sandiuno Tv. Dibimbing oleh Bachruddin Ali Akhmad.

Kehadiran media sosial salah satunya *YouTube* digunakan untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan penyampaian berbagai hal dalam bentuk tampilan video. Kemudahan tersebut dimanfaatkan untuk membangun *Personal Branding*. Pada awalnya Sandiaga Uno dikenal sebagai pengusaha yang sukses namun kini dengan adanya konten kunjungan kerja yang di unggah memperlihatkan bahwa Sandiaga merupakan sosok menteri yang memberikan pengaruh besar dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Konten dalam *Channel YouTube* sandiuno Tv menampilkan kunjungan kerja sandiaga Uno ke berbagai tempat. Video kunjungan kerja tersebut memiliki perbedaan dari konten lainnya karena video tersebut pada bagian *Thumbnail* diperjelas dengan adanya tulisan KUKER (kunjungan kerja), sedangkan video lain tidak terdapat *Thumbnail* seperti itu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi, observasi, dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan model Miles & Huberman. Triangulasi data menggunakan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *YouTube* merupakan media yang dapat membantu Sandiaga Uno membangun *Personal Branding* miliknya. Melalui *YouTube* Sandiaga Uno membagikan informasi berupa video kunjungan kerja baik dari dalam maupun luar negeri. Informasi tersebut membentuk kesan kepada para penonton terhadap sosok Sandiaga Uno. Kesan tersebut membuat interaksi baru dengan orang-orang di berbagai kalangan yang pada akhirnya membentuk relasi yang baru bagi Sandiaga Uno. Namun dalam hal ini Sandiaga uno masih perlu mengembangkan konsep perbedaan, kenampakan dan keteguhan dalam pembentukan *Personal Branding* pada *YouTube*.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Media Sosial, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno

ABSTRACT

Tisa Rizki Amanda, 1910414320025, 2023, Sandiaga Uno's *Personal Branding* Analysis on Videos with Work Visit *Thumbnails* on the Sandiuno Tv *YouTube Channel*. Supervised by Bachruddin Ali Akhmad.

The presence of social media, one of which is *YouTube*, is used to make it easier for users to convey various things in the form of video displays. This convenience is used to build *Personal Branding*. At first, Sandiaga Uno was known as a successful businessman, but now the work visit content uploaded shows that Sandiaga is a ministerial figure who has a big influence on the tourism sector and the creative economy.

Content on the Sandiuno Tv *YouTube Channel* displays Sandiaga Uno's working visits to various places. The working visit video is different from other content because the video in the *Thumbnail* section is explained by the words KUKER (working visit), while other videos do not have *Thumbnails* like that.

The research method used in this research is qualitative and descriptive research type. Data collection techniques by way of documentation, observation, and literature study. Data analysis techniques use the Miles & Huberman model. Triangulation of data using the triangulation method.

The results of the study show that *YouTube* is a medium that can help Sandiaga Uno build his *Personal Branding*. Through *YouTube*, Sandiaga Uno shares information in the form of videos of working visits both from within and outside the country. This information formed an impression on the audience of the figure of Sandiaga Uno. This impression created new interactions with people in various circles which ultimately formed new relationships for Sandiaga Uno. However, in this case Sandiaga Uno still needs to develop the concept of distinctiveness, visibility and persistence in forming *Personal Branding* on *YouTube*.

Keywords: *Personal Branding*, Social Media, Tourism and Creative Economy, Sandiaga Uno

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun proposal skripsi ini hingga selesai. Penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“ANALISIS *PERSONAL BRANDING* SANDIAGA UNO PADA VIDEO DENGAN *THUMBNAIL* KUNJUNGAN KERJA DALAM *CHANNEL YOUTUBE* SANDIUNO TV”** merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis sadari jika dalam proses penyusunan proposal skripsi ini terdapat berbagai hambatan dan rintangan, namun dapat terselesaikan dengan lancar berkat adanya bantuan baik secara moril maupun materi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuty, S.IP., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan selama proses perkuliahan.
5. Bapak Prof. Dr. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si yang telah memberikan bimbingan, saran, serta masukan kepada penulis dalam penyusunan proposal ini dengan baik dan penuh kesabaran.
6. Bapak Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M. Si dan Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom selaku dosen penguji yang memberikan saran dan masukan dalam penyusunan proposal skripsi.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, khususnya Dosen Pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Secara khusus penulis menyampaikan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Armansyah dan Ibunda Marlina Dewi serta keluarga besar lainnya yang telah memberikan dukungan secara materil maupun moril yang tidak terhingga, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan lancar.
9. Kepada teman-teman terbaik seperjuangan lainnya yang sudah membantu penulis dalam memberikan dukungan, semangat, dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi kalimat maupun tata bahasanya. Oleh sebab itu, penulis meminta saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk diperbaiki

menjadi lebih baik. Penulis berharap proposal skripsi ini bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca, sehingga kedepannya dapat memperbaiki bentuk maupun isi dari proposal ini agar menjadi lebih baik.

Banjarmasin, 26 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
SURAT TUGAS	iii
BERITA ACARA	iv
NILAI RATA-RATA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10

TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 PENELITIAN SEJENIS.....	10
2.2 TINJAUAN KONSEPTUAL	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2. Komunikasi Digital.....	21
2.2.3 New Media.....	22
2.2.4 Media Sosial	24
2.2.5 <i>Brand</i>	28
2.2.6 <i>Personal Branding</i>	30
2.3 Tinjauan Teori	34
2.3.1 Teori Social Information Processing (SIP)	34
2.4 Kerangka Pemikiran	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Tipe Penelitian.....	39
3.3 Objek Penelitian	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Dokumentasi	41
3.5.2 Observasi	42
3.5.3 Studi Literatur	42
3.6 Teknik Analisis Data	43

3.7 Triangulasi Data	45
3.8 Lokasi Penelitian dan Waktu.....	46
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	46
3.8.2 Waktu Penelitian.....	47
BAB IV	48
Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
4.1 Gambaran Umum	48
4.1.1 Profil Sandiaga Uno.....	48
4.1.2 Profil <i>YouTube</i> SandiunoTv.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 <i>Personal Branding</i>	66
4.3.2 8 Konsep Pembentukan <i>Personal Branding</i>	69
4.3.3 Teori Pemrosesan Informasi Sosial	78
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
5.1 KESIMPULAN	82
5.2 SARAN	83
Daftar Pustaka	85
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Sejenis	13
3.1 Jadwal Penelitian.....	45

DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
3.1 Triangulasi Metode	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Video dengan <i>Thumbnail</i> KUNKER (Kunjungan Kerja)	3
Gambar 4.1 Sandiaga Salahudin Uno	46
Gambar 4.2 <i>YouTube</i> Sandiuno Tv	49
Gambar 4.3 Sandiaga Uno mendapatkan penghargaan dari UNWTO.....	51
Gambar 4.4 Video kunjungan kerja Yogyakarta – Solo	52
Gambar 4.5 Video kunjungan kerja Palembang.....	53
Gambar 4.6 Postingan Instagram Wishnutama	55
Gambar 4.7 Video kunjungan kerja Singapura	56
Gambar 4.8 Sandiaga Uno menyampaikan prestasi Indonesia	57
Gambar 4.9 Sandiaga Uno sambutan mewakili Presiden	58
Gambar 4.10 Sandiaga Uno sambutan mewakili Presiden	58
Gambar 4.11 Sandiaga Uno sambutan mewakili Presiden	59
Gambar 4.12 Sandiaga Uno menari bersama warga setempat	61

Gambar 4.13 Sandiaga Uno membuat makanan khas Desa Kambo	61
Gambar 4.14 Konten Erick Tohir bersama beberapa artis	63
Gambar 4.15 Konten Sandiaga Uno bersama artis cilik	63
Gambar 4.16 Video pertama dengan <i>Thumbnail</i> kunjungan kerja	64
Gambar 4.17 Video terakhir dengan <i>Thumbnail</i> kunjungan kerja.....	64
Gambar 4.18 Komentar penonto Sandiuno TV.....	66
Gambar 4.19 Sandiaga Uno Fokus melihat Presiden Jokowi	67
Gambar 4.20 <i>Thumbnail</i> kunjungan kerja di tahun 2022.....	68
Gambar 4.21 <i>Thumbnail</i> kunjungan kerja di tahun 2023.....	68
Gambar 4.22 kunjungan kerja Maluku.....	70
Gambar 4.23 kunjungan kerja Fakfak	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Scenshoot *Thumbnail* Kunjungan Kerja (KUKER) di *Channel* Sandiuno Tv93