



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI PERSONAL BRANDING GOOGLE ADS EXPERT
HARIYANTO CHUNG MELALUI AKUN INSTAGRAM
PRIBADI @HAR.CHUNG**

SKRIPSI

**ANNISA PUTRI NOVIAHARDINI
183112351650419**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**



UNIVERSITAS NASIONAL

**Personal Branding Strategy by Google Ads Expert Hariyanto
Chung Through His Personal Instagram Account @har.chung**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements
for the Bachelor's Degree**

**ANNISA PUTRI NOVIAHARDINI
183112351650419**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL COMMUNICATION
JAKARTA**

2024



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama. : Annisa Putri Noviahardini
NPM : 183112351650419
Program Studi. : Ilmu Komunikasi
Konsentras. : *Advertising*
Judul Skripsi. : Strategi Personal Branding Google Ads Expert Hariyanto Chung Pada Akun Instagram Pribadi @har.chung

Diajukan Untuk. : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 31 Januari 2024

Dosen Pembimbing,

Dekan

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Annisa Putri Noviahardini

NPM : 183112351650419

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Google Ads

Expert Hariyanto Chung Pada Akun Instagram

Pribadi @har.chung

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Mary Ismowati, M.Si

Pembimbing : Yuyu Sriwartini, S.Sos.,
M.Si.

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos.,
M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Maret 2024



FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Annisa Putri Noviahardini
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650419
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Advertising
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Google Ads Expert
Hariyanto Chung Pada Akun Instagram Pribadi
@har.chung

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 5 Maret 2024

Ketua Sidang : **Dr. Mary Ismowati, M.Si**

Penguji I : **Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.**

Penguji II : **Yayu Sriwartini, S.Sos, M.Si.**

Keterangan:

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS.
halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Annisa Putri Noviahardini
NPM : 183112351650419
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Advertising
Tanggal Sidang : 28 Februari 2024


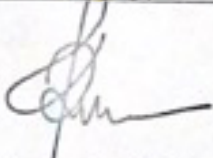
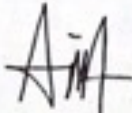
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA Indonesia

Strategi Personal Branding Google Ads Expert Hariyanto Chung
Pada Akun Instagram Pribadi @har.chung

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

*Personal Branding Strategy by Google Ads Expert Hariyanto Chung
Through His Personal Instagram Account @har.chung*

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 5 Maret 2024	TGL : 5 Maret 2024	TGL : 5 Maret 2024
 Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.	 Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.	 Annisa Putri Noviahardini



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama. : Annisa Putri Noviahardini
NPM : 183112351650419
Skripsi. : Strategi Personal Branding Google Ads Expert Hariyanto Chung Pada Akun Instagram Pribadi @har.chung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 31 Januari 2024

Yang membuat pernyataan


Annisa Putri Noviahardini



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Annisa Putri Noviahardini
NPM : 183112351650419
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Advertising
Tempat, Tgl. Lahir : Bekasi, 27 November 1999
Alamat Rumah : Perumahan Graha Harapan Blok A 15 NO 1,
Bumyagara RT 04 RW 019, Mustikajaya,
Bekasi 17158
Telepon Rumah
Telepon Kantor:
081380803057
HP : 085156412582
Alamat Kantor : Jl. Sunter Permai Raya No.19 Blok C, RT.10/RW.19, Sunter
Agung, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350
E-mail : annisapnh@gmail.com

Jakarta, 5 Maret 2024

Alumni,


Annisa Putri Noviahardini

KATA PENGANTAR

Dengan bismillah, rasa syukur yang tak terhingga saya panjatkan ke hadirat Allah Subhannahu Wataa'alla, karena atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada kedua orangtua saya yang telah banyak memberikan doanya yang tak pernah putus demi membuat saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan penuh dedikasi dan semangat. Sebuah perjalanan yang penuh dengan tantangan, namun juga penuh dengan keikhlasan dan banyak pembelajaran kehidupan demi mengejar impian. Skripsi ini hadir sebagai sebuah bukti nyata dari perjalanan panjang penelitian dan eksplorasi yang saya lalui dalam bidang ilmu komunikasi. Setiap lembaran halaman, setiap rumus, dan setiap kata yang tertuang di sini adalah hasil dari perjuangan dan pengorbanan yang tidak dapat saya ukur dengan kata-kata. Di tengah perjalanan ini, saya tidak sendiri. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu Yuyu Sriwartini S,Sos, M.Si selaku dosen pembimbing saya, yang telah membimbing saya selama 2 semester ini dan selalu memberikan kritik membangun untuk menyempurnakan penelitian saya
2. Ibu Dr. Mary Ismowati, M.Si selaku ketua sidang skripsi yang memberikan saya banyak masukan positif baik untuk penulisan dan penyampaian saya
3. Ibu Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si yang juga banyak memberikan tambahan nilai untuk skripsi saya yang mengangkat sisi personal branding.
4. Upperclicks dan Bapak Hariyanto Chung yang bersedia membantu saya dalam banyak aspek, sesuatu yang tidak mungkin bisa saya balas ketulusan, semangat, dan supportnya yang tidak pernah luntur.
5. Diri saya sendiri yang berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan perkuliahan yang hampir 4.5 tahun ini dengan seluruh suka cita, dan rintangan nya, namun mencoba tetap menjalani satu persatu.
6. Seluruh Dosen dan Civitas Universitas Nasional yang tidak luput memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama saya berkuliah

Akhir kata, izinkan saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas segala dukungan, bantuan, dan doa yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat menjadi titik awal perjalanan baru dalam mengejar impian saya dimasa mendatang.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Putri Novihardini
NPM : 183112351650419
Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-freeright*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Strategi Personal Branding Google Ads Expert Hariyanto Chung Pada Akun Instagram Pribadi @har.chung

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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.

Dibuat di : Bekasi
Pada tanggal : 31 Januari 2024
Yang menyatakan

(.....)
Annisa Putri Novihardini

*Karya Ilmiah: karya akhir, makalah non seminar, laporan kerja praktek, laporan magang, karya profesi dan karya spesialis

ABSTRAK

Nama : Annisa Putri Noviahardini
NPM : 183112351650419
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Google Ads
Expert Hariyanto Chung Melalui Akun
Instagram Pribadi @har.chung
Pembimbing : Yuyu Sriwartini S.Sos, M.Si

Skripsi ini membahas Strategi *Personal Branding Google Ads Expert* Hariyanto Chung dalam Akun *Instagram* Pribadi @har.chung, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan metode riset studi kasus yaitu *Intrinsic Case Study*, dimana peneliti mempertimbangkan studi kasus karena memiliki minat pribadi dan ketertarikan untuk persoalan ini. Dalam penelitian ini akan dibahas strategi *Personal Branding* milik Hariyanto Chung sebagai *Google Ads Expert* melalui *Communication of Identity (Personal Layer, Enhancement Layer, Relational Layer, Communal Layer)* dan pendekatan *personal branding* milik Montoya melalui 5 Komponen (*Speciality, Leadership, Distinctive, Visibility, Persistence*) Dari hasil penelitian ini sebuah case Hariyanto Chung yang melakukan *Personal Branding* di akun *Instagram* nya sebagai *Google Ads Expert* dan memiliki kesesuaian dalam komponen *personal branding* yang diungkapkan Montoya, yang dilakukan olehnya dimulai dari memunculkan dirinya memiliki sebuah spesialisasi yaitu *Expert* di *Google Ads* pertama yang melakukan *personal branding* di *Instagram*, konsistensi membuat konten edukasi untuk audiens, melakukan pembedaan dari setiap konten yang dibawakan nya, visibilitas yang membuatnya berhasil diakui sebagai *expert* di sebuah komunitas dan *Google Indonesia*, serta kemampuan yang diakui serta terlihat hasilnya dari konten yang ia buat. Maka hal tersebut membuat *Google Ads Expert* bisa dijadikan identitas dirinya melalui perspektif dirinya yang merasa mahir di *Google Ads*, Pandangan 80 ribu pengikutnya yang terbantu dari konten yang dibagikan, relasi dirinya dengan *Expert* lain serta Perusahaan *besar Google Indonesia*, serta berhasilnya terbentuk komunitas *Google Ads* di Indonesia.

Kata kunci:

Personal Branding, 8 Component Personal Branding Montoya, Communication of Theory Identity

ABSTRACT

Name : Annisa Putri Noviahardini
Study Program : Communication Science
Title : Personal Branding Strategy of Google Ads Expert Hariyanto Chung through his personal Instagram account @har.chung.
Counsellor : Yuyu Sriwartini S.Sos, M.Si

This thesis delves into the examination of the Personal Branding Strategy of Google Ads Expert Hariyanto Chung through his personal Instagram account @har.chung. The research utilizes a qualitative method with the approach of a case study research method known as Intrinsic Case Study, where the researcher considers the case study due to personal interest and fascination with this issue. The study will discuss Hariyanto Chung's Personal Branding strategies as a Google Ads Expert through Communication of Identity (Personal Layer, Enhancement Layer, Relational Layer, Communal Layer) and Montoya's personal branding approach through 5 Components (Speciality, Leadership, Distinctive, Visibility, Persistence). From the findings of this research, a case of Hariyanto Chung who conducts Personal Branding on his Instagram account as a Google Ads Expert has fulfilled the personal branding components revealed by Montoya, starting from establishing himself as a specialist, namely the first Expert in Google Ads to conduct personal branding on Instagram, consistency in creating educational content for the audience, differentiation in every content he presents, visibility that has made him recognized as an expert in a community and by Google Indonesia, as well as acknowledged abilities and visible results from the content he creates. Therefore, this makes the Google Ads Expert's identity through his perspective as someone proficient in Google Ads, the perspective of his 80 thousand followers who benefit from the shared content, his relationships with other experts and large companies like Google Indonesia, and the successful formation of the Google Ads community in Indonesia.

Key words:

Personal Branding, 8 Component Personal Branding Montoya, Communication of Theory Identity

DAFTAR ISI

UNIVERSITAS NASIONAL	i
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSETUJUAN PERBAIKAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH REVISI.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 <i>Research Gap</i>	14
2.3 Branding dan Personal Branding.....	18
2.3.1 Definisi.....	18
2.3.2 Komponen.....	20
2.4 Media Sosial Instagram.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Pendekatan Penelitian.....	26
3.2 Metode dan Sifat Penelitian.....	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29

3.4	Data dan Teknik Pengambilan Data	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder	33
3.5	Narasumber.....	34
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	38
3.6.1	Credibility (Validitas Internal)	38
3.6.2	Transferability (Validitas Eksternal)	41
3.6.3	Confirmability (Objektivitas).....	41
3.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	42
3.7.1	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	43
3.7.2	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	44
3.8	Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	<i>Background</i> Hariyanto Chung	48
4.2	Profil Akun Instagram Hariyanto Chung (@har.chung)	50
4.2.1	Strategi <i>Personal Branding</i> Hariyanto Chung dalam Membentuk Citra Dirinya Sebagai Pebisnis dan juga <i>Google Ads Expert</i>	55
4.2.2	Strategi <i>Personal Branding</i> Hariyanto Chung Sebagai Google Ads Expert.....	67
4.2.3	Temuan Teori Komunikasi Identitas Dengan Hasil Penelitian...	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	79
DAFTAR REFERENSI		82
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Personal Branding di Instagram Google Ads Expert lain	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Jumlah Responden Yang Menjadi Key Informan dan Informan	37
Tabel 3.2 Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian berdasarkan Jenis Kegiatan Agustus 2023- Januari 2024.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile Instagram Hariyanto Chung dengan 84 ribu pengikutnya.....	4
Gambar 1.2 Konten Pertama Saat Hariyanto Chung Melakukan Personal Branding	5
Gambar 1.3 Konten Video yang mendapatkan likes paling banyak dan mendatangkan pertumbuhan <i>Followers</i>	5
Gambar 1.4 Konten Video yang mendapatkan likes paling banyak dan mendatangkan pertumbuhan <i>Followers</i>	6
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data	45
Gambar 4.1 Dokumentasi Saat Pengesahan PT Rhino Indonesia.....	49
Gambar 4.1 Profil Instagram Hariyanto Chung	51
Gambar 4.3 Awal mula Hariyanto Chung melakukan personal branding dengan 10 ribu Followers nya (Sumber: akun Instagram pribadi @har.chung).....	52
Gambar 4.3 Konten Google Ads berbentuk Carrousel pada awal Hariyanto Chung melakukan personal branding di akun Instagram miliknya	53
Gambar 4.5 Konten berbentuk Video Interaktif mengenai edukasi dan optimasi di Google Ads yang mendapatkan jumlah likes terbanyak.....	54
Gambar 4.6 Postingan Instagram Hariyanto Chung.	57
Gambar 4.7 Postingan Instagram Hariyanto Chung.	60
Gambar 4.8 Postingan Instagram Hariyanto Chung	63
Gambar 4.9 Postingan Instagram Hariyanto Chung	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Wawancara.....	85
Lampiran 2. Kategorisasi Wawancara	93

