



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* MARIO SEBAGAI *INFLUENCER*
GAMING PADA MEDIA SOSIAL *TIKTOK @MARIOO.M24***

SKRIPSI

RIFAT

203516516330

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

204



UNIVERSITAS NASIONAL

***MARIO'S PERSONAL BRANDING STRATEGY AS A GAMING INFLUENCER
ON TIKTOK SOCIAL MEDIA @MARIOO.M24***

THESIS

RIFAT

203516516330

FAKULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SIENCE STUDY PROGRAM

SOUNTH JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* MARIO SEBAGAI
INFLUENCER GAMING PADA MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

@MARIOO.M24

SKRIPSI

RIFAT

203516516330

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA SELATAN

204

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : RIFAT
NPM : 203516516330
Judul Skripsi : STRATEGI PERSONAL BRANDING MARIO SEBAGAI
INFULENCER GAMING PADA MEDIA SOSIAL
TIKTO@MARIOO.M24

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 dikemudian 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, 24 Agustus 2024



Rifat

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Mahasiswa : Rifat

Nomor Pokok Mahasiswa : 20351651330

Konsentrasi : Periklanan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Mario Sebagai Influencer
Gaming Pada Media Sosial Tiktok @Marioo.m24

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus M.Si.

Penguji I : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

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

Ditetapkan di :

Pada Tanggal :



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rifat
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516330
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : STRATEGI PERSONAL BRANDING MARIO
SEBAGAI INFLUENCER GAMING PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK @MARIOO.M24

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 06 September 2024

Ketua Sidang : Dr. Aas Yuli Firdaus M.Si

Penguji I : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

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

Keterangan :

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



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rifat
NPM : 203516516330
Jurusan : Ilmu Politik/Periklanan
Judul Skripsi : STRATEGI PERSONAL BRANDING MARIO
SEBAGAI INFLUENCER GAMING PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK @MARIOO.M24
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 06 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dekan

Dr Erna Ermawati Chotim, M.Si



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

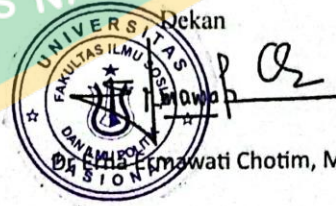
Nama : Rifat
NPM : 203516516330
Jurusan : Ilmu Politik/Periklanan
Judul Skripsi : STRATEGI PERSONAL BRANDING MARIO
SEBAGAI INFLUENCER GAMING PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK @MARIOO.M24
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 06 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dekan



Dr. Dwi Kartikawati Chotim, M.Si

v

Universitas Nasional

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Rifat
NPM : 203516516330
Fakultas/Akademi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 27 Agustus 2024


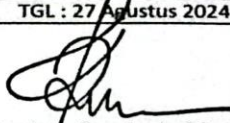
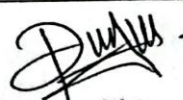
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

STRATEGI PERSONAL BRANDING MARIO SEBAGAI
INFLUENCER GAMING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
@MARIOO.M24

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

MARIO'S PERSONAL BRANDING STRATEGY AS
GAMING INFLUENCER ON TIKTOK SOCIAL MEDIA
@MARIOO.M24

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 27 Agustus 2024	TGL : 27 Agustus 2024	TGL : 27 Agustus 2024
 Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.	 Djudjur L. Badjaguguk, S.Sos., M.Si	 Rifat

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **"Strategi Personal Branding Mario sebagai Influencer Gaming pada Media Sosial TikTok @marioo.m24."** Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir dalam mencapai gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional Jakarta Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana Mario, seorang influencer gaming di platform TikTok, mengembangkan strategi personal branding yang efektif untuk meningkatkan prestasi dan pengaruhnya di dunia digital. Melalui analisis mendalam, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dinamika dan strategi personal branding di era media sosial yang semakin berkembang. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si, selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan selama penelitian ini berlangsung.
2. Mira Adita Widianti, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen akademik.
3. Pak Fahmi dan bu Erna Prihartatik selaku Orang tua saya yang selalu mendukung saya dalam keadaan susah maupun senang.
4. Mario (@marioo.m24), yang telah bersedia menjadi subjek penelitian dan memberikan wawasan berharga mengenai strategi personal branding
5. Keluarga dan teman-teman, yang selalu memberikan dukungan moril dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang personal branding dan media sosial.

Jakarta, 10 Juli 2024
Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi personal branding yang diterapkan oleh Mario, seorang influencer gaming dengan akun TikTok @marioo.m24, dalam membangun citra dan meningkatkan popularitasnya di media sosial. Dalam era digital yang kompetitif, personal branding menjadi elemen krusial bagi influencer untuk membedakan diri dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Mario dan analisis konten dari akun TikTok-nya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi personal branding Mario mencakup beberapa elemen utama, yaitu: 1) Penentuan nilai unik yang membedakannya dari influencer lain, 2) Pengembangan konten yang konsisten dan menarik sesuai dengan minat audiens target, 3) Keterlibatan aktif dengan pengikut melalui interaksi langsung, seperti live streaming dan balasan komentar, 4) Kolaborasi dengan influencer lain dan merek game untuk memperluas jangkauan audiens, dan 5) Evaluasi dan adaptasi strategi berdasarkan umpan balik dan analisis metrik kinerja. Strategi-strategi tersebut berhasil membantu Mario membangun personal branding yang kuat, meningkatkan jumlah pengikut, serta memperluas pengaruhnya di platform TikTok. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana personal branding dapat diterapkan secara efektif oleh influencer di media sosial, serta memberikan rekomendasi bagi para influencer pemula dalam mengembangkan strategi branding mereka.

Kata kunci: Personal branding, influencer, TikTok, strategi konten, keterlibatan audiens, Penelitian Kualitatif, Teori *Eight Law of Personal Branding*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the personal branding strategies employed by Mario, a gaming influencer with the TikTok account @marioo.m24, in building his image and increasing his popularity on social media. In the competitive digital era, personal branding has become a crucial element for influencers to differentiate themselves and attract a broader audience. This research adopts a qualitative approach using a case study method, where data was collected through in-depth interviews with Mario and content analysis of his TikTok account. The findings indicate that Mario's personal branding strategy includes several key elements: 1) Defining a unique value proposition that sets him apart from other influencers, 2) Developing consistent and engaging content that aligns with the interests of the target audience, 3) Actively engaging with followers through direct interactions, such as live streaming and responding to comments, 4) Collaborating with other influencers and gaming brands to expand audience reach, and 5) Evaluating and adapting strategies based on feedback and performance metrics analysis. These strategies have successfully helped Mario build a strong personal brand, increase his follower count, and expand his influence on the TikTok platform. This study provides valuable insights into how personal branding can be effectively implemented by influencers on social media and offers recommendations for aspiring influencers in developing their branding strategies.

Keywords: *Personal branding, influencer, TikTok, content strategy, audience engagement, Qualitative Research, Theory of Eight Law of Personal Branding.*



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Eight Law of Personal Branding ...	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Personal Branding	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Media Sosial Tiktok.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Influencer	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Sumber Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN Error! Bookmark not defined.

DAFTAR REFERENSI..... Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun TikTok Mario.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	45
Gambar 3.1 Analisis Data.....	51
Gambar 4.1 Mario.....	54
Gambar 4.2 Mohammad Daffa.....	55
Gambar 4.3 Razzan.....	56
Gambar 4.4 Informan Utama.....	58



