

**PERSONAL BRANDING RIO PURBA MELALUI MEDIA  
SOSIAL  
(ANALISIS SEMIOTIKA VIDEO YOUTUBE RIO PURBA  
YANG BERJUDUL “RIO PURBA KALAH DI SAYEMBARA  
LOGO INP”)**



Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi

**OLEH :**

**DYFAN DIZA ARDIANO**

**1151700118**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

**PERSONAL BRANDING RIO PURBA MELALUI MEDIA  
SOSIAL  
(ANALISIS SEMIOTIKA VIDEO YOUTUBE RIO PURBA  
YANG BERJUDUL “RIO PURBA KALAH DI SAYEMBARA  
LOGO INP”)**



Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I  
Program Studi Ilmu Komunikasi

**OLEH :**

**DYFAN DIZA ARDIANO**

**1151700118**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**



**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : **Dyfan Diza Ardiano**

NBI : 1151700118

Judul : Personal Branding Rio Purba Melalui Media Sosial  
(Analisis Semiotika Video YouTube Rio Purba yang  
Berjudul 'Rio Purba Kalah di Sayembara Logo Ini')

Mengetahui:

Surabaya, 28 Desember 2021

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh Dosen  
Pembimbing



Drs. Agung Pujianto, MM



Muchamad Rizqi, S.I.Kom.,  
M.Med.Kom.



## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 28 Desember 2021.

Dewan Penguji :

1. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom. (  )


2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si. (  )

3. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,  
M.Med.Kom. (  )

Mengesahkan,

a.n. Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Drs. Agung Pujiyanto, MM



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyfan Diza Ardiano  
NBI/ NPM : 1151700118  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Personal Branding Rio Purba Melalui Media Sosial (Analisis Semiotika Video YouTube Rio Purba yang Berjudul "Rio Purba Kalah di Sayembara Logo Ini")

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 28 Desember 2021

Yang Menyatakan,



(Dyfan Diza Ardiano)

\*Coret yang tidak perlu



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dyfan Diza Ardiano

NBI : 1151700118

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Personal Branding Rio Purba Melalui Media Sosial (Analisis Semiotika Video YouTube Rio Purba yang Berjudul 'Rio Purba Kalah di Sayembara Logo Ini')

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiasi dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebut sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 28 Desember 2021  
Yang Menyatakan Pernyataan

  
METERAI  
TEMPEL  
6652AJX730151236  
(Dyfan Diza Ardiano)

## ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* Rio Purba dan mendeskripsikan tanda – tanda pada video YouTube Rio Purba yang berjudul “Rio Purba Kalah di Sayembara Logo Ini” menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce *triadic semiotic* (*sign*, *object*, dan *interpretant*). Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti melakukan analisis terhadap pemilihan teks dan gambar (*scene*) yang menggambarkan dengan *personal branding*. Personal branding yang digunakan adalah 8 kriteria *personal branding* menurut Peter Montoya dan Rampersad yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Hasil dari penelitian adalah pada video ini terdapat *sign*, *object*, dan *interpretant* yang ditampilkan secara pasti, namun terdapat juga yang tidak ditampilkan dengan pasti sehingga ada salah satu kriteria yang dianggap masih kurang akurat. Pada video ini dari 8 kriteria *personal branding* Peter Montoya dan Rampersad Rio Purba memunculkan kriteria spesialisasi, kepemimpinan, perbedaan, kepribadian, terlihat, keteguhan dan nama baik. Pada kriteria kesatuan ini yang masih menjadi kurang akurat, karena membutuhkan data secara langsung kepada Rio Purba untuk memastikan bahwa *personal branding* yang dibangun sesuai dengan etika di kehidupan nyata. Sosok dari Rio Purba yang digambarkan setelah dilakukan analisis adalah sebagai *influencer* yang matang karena dirinya bisa menampilkan spesialisasi, lalu dapat memimpin para penontonnya juga, memiliki gaya hidup mandiri dan tidak mudah menyerah, dapat menjadikan profesi seorang Brand Designer menjadi lebih berkembang dengan membangun studionya sendiri, serta memiliki sopan santun dan etika yang baik ketika berbicara.

Kata kunci : *personal branding*, semiotika, media sosial

## ABSTRACT

*This study aims to determine Rio Purba's personal branding and describe the signs in Rio Purba's YouTube video entitled "Rio Purba Kalah in this Logo Contest" using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis with triadic semiotic theory (sign, object, and interpretant). By using qualitative methods, researchers conducted an analysis of the selection of text and images (scenes) that describe personal branding. The personal branding concept used is 8 personal branding concepts according to Peter Montoya and Rampersad, namely specialization, leadership, personality, difference, looks, unity, constancy, and good name. The results of the research are that in this video there are signs, objects, and interpretants that are shown with certainty, but there are also those that are not shown with certainty so that one of the criteria is considered to be less accurate. In this video, out of 8 personal branding criteria, Peter Montoya and Rampersad Rio Purba bring up the criteria for specialization, leadership, difference, personality, looks, determination and good name. In this unitary criterion, it is still less accurate, because it requires data directly to Rio Purba to ensure that the personal branding that is built is in accordance with ethics in real life. The figure of Rio Purba who is described after the analysis is done is a mature influencer because he can display specializations, then can lead the audience as well, has an independent lifestyle and doesn't give up easily, can make the profession of a Brand Designer more developed by building his own studio, and have good manners and ethics when speaking.*

*Keywords: personal branding, semiotika, media sosial*



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur yang tak terhingga penulis ucapkan ke hadirat Allah swt atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan walaupun dalam bentuk yang sangat sederhana. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis meyakini bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Penulisan skripsi ini tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan (moril maupun materil), motivasi, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Alm. Dr. Zakariya M.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen wali dan dosen pembimbing 1, terima kasih telah membimbing dan memberi arahan selama menjadi mahasiswa serta membimbing pada saat melakukan penelitian akhir di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 2, terima kasih telah membimbing dan memberi arahan pada saat melakukan penelitian akhir di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Terutama seluruh dosen konsentrasi Public Relation yang sudah memberikan waktu mengajar serta ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

6. Seluruh jajaran akademik, kemahasiswaan, ruang baca (perpustakaan), dan staff administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
7. Ibu Astutik, Bapak Sentot, Dicky, Mbah, yang telah memberikan semangat untuk penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
8. Izza Afifa Azzahra yang telah memberi semangat dan motivasi setiap hari sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
9. Grup Karang Taruna Bratang Gede VI-F yang telah memberi motivasi kepada penulis
10. Nadya, Ega, Akhmad, Armand, Nanda, Djanuar, Fernando, Ikhsan, Adit, yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis
11. Teman – teman satu angkatan yang telah membantu, memberi saran dan meningkatkan kepercayaan diri penulis sehingga penelitian bisa diselesaikan

Serta semua pihak yang tidak bisa sebutkan satu per satu, sekali lagi terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Akhirnya, hanya kepada Allah swt penulis berharap semoga bantuan yang diberikan kepada penulis bernilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Surabaya, 28 Desember 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dyfan Diza Ardiano'. The signature is stylized and includes a circled letter 'A' at the top right.

Dyfan Diza Ardiano

NIM: 1151700118

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi .....	iii
Tanda Pengesahan Skripsi .....	iv
Pernyataan Publikasi.....	v
Halaman Pernyataan Orisinalitas .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
Kajian Pustaka .....	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Critical Review.....	11
2.3 Landasan Teori.....	15
2.3.1 Teori Semiotika Charles Sanders Pierce.....	15
2.3.2 Personal Branding .....	17
2.3.3 Komunikasi Melalui Media Sosial.....	20
2.3.4 Media Sosial (Media Baru).....	21
2.3.5 YouTube.....	22
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....	24
<b>BAB III .....</b>	<b>27</b>
Metode Penelitian .....	27



3.1 Tipe Penelitian.....	27
3.2 Peran Peneliti.....	28
3.3 Unit Analisis.....	28
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Studi pustaka.....	29
3.4.2 Dokumentasi.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
Deskripsi Objek, Penyajian Data, dan Pembahasan .....	32
4.1 Deskripsi Objek.....	32
4.1.1 Profil Rio Purba.....	32
4.1.2 Video Rio Purba Berjudul “Rio Purba Kalah di Sayembara Logo Ini” ..	33
4.2 Penyajian Data.....	35
4.3 Pembahasan.....	46
4.3.1 Personal Branding Rio Purba.....	46
4.3.2 Elemen Brand Yang Dikuatkan Rio Purba.....	53
<b>BAB V .....</b>	<b>55</b>
Penutup.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.1 Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	60
Lampiran.....	65

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar peringkat media sosial populer .....	3
Tabel 2.1 Daftar Penelitian terdahulu .....	8
Tabel 4.1 Spesialisasi .....	37
Tabel 4.2 Kepemimpinan .....	39
Tabel 4.3 Kepribadian .....	41
Tabel 4.4 Perbedaan .....	42
Tabel 4.5 Terlihat .....	44
Tabel 4.6 Kesatuan .....	45
Tabel 4.7 Keteguhan .....	47
Tabel 4.8 Nama Baik.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Channel Rio Purba.....	4
Gambar 2.1 Segitiga Makna C.S. Pierce .....	18
Gambar 4.1 Rio Purba.....	34
Gambar 4.2 Thumbnail Video .....	35
Gambar 4.3 Kolom Komentar .....	57



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lembar Bimbingan .....	65
Lampiran 2 Kartu Revisi Penguji.....	66
Lampiran 3 Similarity Index.....	69