

***PERSONAL BRANDING FOOD BLOGGER HANS DANIAL
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @EATANDTREATS***

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

Shobirin

1151600133

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shobirin

NPM : 1151600133

Judul : *Personal Branding Food blogger* Hans Danial di Media Sosial Instagram
@eatandtreats

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Il
Politik

Universitas 17 Gustus 1945 Surab

Surabaya, 22 Juni 2020

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I

Dr.Endro Tjahjono, MM.

A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,M.Med.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahanakan 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 :

10 Juli 2020

Dewan Penguji:

1. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,M.Med. (.....)
Ketua

2. Dra. Sri Andayani, MM (.....)
Anggota

3. Dr. Ayun Maduwinarti, MP (.....)
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM.



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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shobirin
NBI : 1151600133
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui 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 FOOD BLOGGER HANS DANIAL DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @EATANDTREATS*

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 : 17 Juli 2020

Yang menyatakan

(Shobirin)

SURAT PENYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : SHOBIRIN

NPM : 1151600133

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Skripsi : *PERSONAL BRANDING FOOD BLOGGER HANS DANIAL
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @EATANDTREATS*

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat 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. Apalagi di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 9 Juli 2020

Yang membuat Pernyataan,

SHOBIRIN

MOTTO

“Persiapkn diri hari ini, bertempur hari esok, kemudian menang dan berhasil di hari lusa”

-Susilo Bambang Yudhoyono-

ABSTRAK

Stanislaus Hans Danial Subianto merupakan *food blogger* populer di Indonesia di balik akun Instagram @eatandtreats. Untuk membedakan Hans Danial dengan *food blogger* lainnya perlu adanya *personal branding* yang kuat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tampilan visual, pola ulasan, dan respon audiens yang digunakan Hans Danial dan untuk mengetahui bentuk *personal branding* yang dibangun *food blogger* Hans Danial di media sosial Instagram @eatandtreats. Penelitian ini akan menjelaskan dalam deskripsi kualitatif dengan metode visual dan analisis wacana. Hasil dari temuan adalah tampilan visual foto memiliki karakteristik tersendiri yaitu *tone subdued color* (warna hangat) sehingga gambar memiliki *mood* yang unik, penerapan *Rules of third* selalu diimplementasikan pada setiap gambar terbukti keseluruhan gambar terlihat seimbang kemudian pemilihan *angel* foto secara keseluruhan menggunakan teknik *The Head-On Angle*. Pola ulasan yang digunakan oleh Hans Danial dalam *review* sebuah kuliner dengan menyelipkan cerita pribadi dan ulasan yang jujur terlihat dari Hans Danial yang memaparkan kekurangan dan kelebihan dalam setiap ulasan makanan pada unggahannya menjadikan ciri khas dari Hans Danial. Respons audiens kepada Hans Danial menunjukkan yang respons positif terbukti lebih dari 5.000 *likes* dan lebih dari 2.000 komentar yang diberikan oleh audiens pada setiap ulasan yang diunggah pada media sosial Instagram Hans Danial @eatandtreats. Hans Danial menerapkan konsep *The eight law personal branding* dalam konten Instagram @eatandtreats yang mampu mengkomunikasikan konsep dirinya kepada khalayak, melalui hasil foto yang berkualitas, hasil ulasan yang jujur dan gaya otentik dalam tulisan mampu mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang *food blogger* yang kredibel.

Kata Kunci : *Food blogger, personal branding, instagram*

ABSTRACT

Stanislaus Hans Danial Subianto is a popular food blogger in Indonesia behind the Instagram account @eatandtreats. To distinguish Hans Danial from other food bloggers, there needs to be a strong personal branding. The purpose of this research is to find out the visual appearance, review patterns, and audience response used by Hans Danial and to find out the personal branding form built by food blogger Hans Danial on social media Instagram @eatandtreats. This research will explain in a qualitative description with visual methods and discourse analysis. The results of the findings are the visual appearance of the photo has its own characteristics, namely subdued color tone (warm colors) so that the image has a unique mood, the application of Rules of third is always implemented in each image proved to be the overall picture looks balanced then the selection of the overall angle photo using The Head- On angle. The pattern of review used by Hans Danial in a culinary review by inserting a personal story and honest review can be seen from Hans Danial who explained the advantages and disadvantages in every food review on his uploads that make Hans Danial unique. Audience response to Hans Danial shows that a positive response is proven to be more than 5,000 likes and more than 2,000 comments given by the audience on every review uploaded on Hans Danial's social media Instagram @eatandtreats. Hans Danial applies the concept of the eight law personal branding in Instagram @eatandtreats content that is able to communicate his concept to the public, through quality photos, honest review results and authentic style in writing that can communicate himself as a credible food blogger.

Keywords: food blogger, personal branding, instagram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Segala puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. Berkat Rahmat, Hidayah, dan Ridho-Nya serta atas segala usaha; peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi dan melengkapi prasyarat untuk menyelesaikan program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan judul “*Personal Branding Food Blogger Hans Danial di Media Sosial Instagram @eatandtreats*”. Dalam menyusun skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti. Namun atas izin Allah SWT. juga berkat usaha, do’a, semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan yang diterima peneliti secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

Terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua Orang Tua tercinta Sutini dan Yusmin yang telah membesarkan, mendidik dan membimbing sejak kecil, memberikan motivasi baik moril maupun materil yang tidak ternilai harganya dengan apapun, serta seluruh do’a yang tiada hentinya ditujukan kepada peneliti. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah untuk kedua orang tua peneliti. terselesaikannya skripsi ini tidak luput dari bantuan moral dan materil yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini, Melalui kesempatan ini pula, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan rasa hormat, terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA, CPAI yang super ramah
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Dr. Endro Tjahjono, MM.
3. Kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Kepala Bagian Humas UNTAG Surabaya yang juga Dosen Pembimbing 1 saya, Ibu A.A.I. Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom. yang selalu memberikan bimbingan juga *support* dan pelajaran penting untuk selama ini.
4. Bapak Lukman Hakim, S.Fil., M.Phil. yang telah berkenan memeberikan bimbingan serta *support* hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh civitas akademika di lingkungan UNTAG Surabaya terutama di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang baik hati.
6. Seluruh keluargaku yang selalu memberikan semangat dan do’a.

7. Teman-teman alumni Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang sudah memebrikan warna dalam masa perkuliahan serta teman KKN khususnya Mace yang memberikan pengalaman yang tidak bisa terlupakan.
8. Kakak-kakak perempuan tercinta Dida dan Nora yang memberikan semangat serta bimbingan, Cinju, Pita, Giyok, Ines, dan Ricis yang selalu memberikan keceriaan dan semangat,
9. Keluarga besar KLCC UNTAG Surabaya Khususnya keluarga Manusia KLCC : Kim, Ricis, Demas, Norma, Alif, Umar, Lenny, Putri, Nana, Konig, Witri, Riska,Khusnul, Eka, Dira yang selalu memberikan keceriaan dengan segala keanehan mereka.
10. Teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2016 : Lala, Putra, Yana dan Adriana,Ndrong yang selalu menerima segala curhatan yang ada.
11. BLACKPINK yang selalu memberikan kebahagiaan dari karya serta prestasi mereka.
12. Serta kamu “E” yang memberi *support* selalu.

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi peningkatan wawasan dan pengetahuan peneliti.

Peneliti berharap semoga penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang besar tidak hanya bagi peneliti, tetapi juga bagi para pembaca terutama para mahasiswa seluruh perguruan tinggi di Indonesia. Semoga bisa pedoman dalam melakukan penelitian di masa-masa yang akan datang.

Surabaya, 22 Juni 2020

Shobirin

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Tanda Persetujuan	
Skripsi.....	i
Tanda Pengesahan Skripsi.....	ii
Surat Pernyataan Keaslian.....	iii
Motto.....	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 <i>Personal Branding</i>	15
2.3 <i>Food blogger</i> Sebagai Profesi Baru.....	17
2.4 Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai <i>Platform</i> Berpengaruh.....	18

2.5	Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III.....		22
METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Tipe Penelitian	22
3.2	Peran Peneliti	23
3.3	Sumber Data.....	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5	Teknik Analisis	26
3.7	Teknik Keabsahan Data	26
BAB IV		29
DESKRIPSI OBJEK, ANALISA, PEMBAHASAN		29
4.1	Deskripsi Objek.....	29
4.1.1	Profil Stanislaus Hans Danial Subianto.....	29
4.1.2	Perjalanan Hans Danial menjadi seorang <i>food blogger</i>	29
4.2	Temuan Data	30
4.3	Analisis Data	34
4.3.1	<i>Site of Image Self</i>	35
4.3.2	<i>Site of Audiencing</i>	38
4.3.3	<i>Site of Production</i>	41
4.4.2	<i>Site of image self</i>	42
4.2.3	<i>Site of Audiencing</i>	45
4.4.4	<i>Site of Production</i>	47
4.5.3	<i>Site of image self</i>	49
4.2.3	<i>Site of Audiencing</i>	53
4.2.3	<i>Site of Production</i>	55
4.4	Pembahasan.....	56
BAB V.....		61
PENUTUP.....		61

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	1