

**PERSONAL BRANDING CONTENT CREATOR
FELIX ARVID ULF KJELLBERG PADA AKUN
YOUTUBE @PEWDIEPIE**

SKRIPSI

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



Oleh :

AFAF SATYA FARCHAN NAJID
NBI : 1151600249

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

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama

: Afaf Satya Farhan Najid

NBI

: 1151600249

Judul

: Personal Branding Content Creator Felix Arvid Ulf
Kjellberg pada Akun Youtube @Pewdiepie.

Surabaya, 29 juni 2020

Mengetahui

Disetujui Oleh:

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing 1

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Endro Tjahjono, MM.

Dewi Sri Andika Rusmana S.I.Kom.,M.Med.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi

syarat guna memperoleh Gelar Sarjana.

Dewan Penguji

1. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

2. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Anggota

3. Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dukun,

Dr. Endro Tjahjano, MM.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Afaf Satya Farchan Najid

NPM : 1151600249

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Personal Branding Content Creator Felix Arvid Ulf Kjellberg pada Akun YouTube PewDiePie.

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 dipublikasi dan/atau karya ilmiah orang lain yang digusakan 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 sebagai atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terbatas pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh
dan atas kesadaran yang sesidar-sadaranya. Surabaya, 29 Juni 2020

Yang membuat pernyataan





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
S U R A B A Y A

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ext.311)
Email : perpus@un>tag.sby.ac.id

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 : AFAF SATYA FARCHAN NAJID
NBI : 115.1600.249
Fakultas : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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

PERSONAL BRANDING CONTENT CREATOR
FELIX ARVID ULF KIELLBERG JMD AKUN
YOUTUBE @PEWDIEPIE

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (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 : 29 JUNI 2020

Yang Menyatakan,



(Afat Satya Farhan Najid)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana bentuk *personal branding* Felix Arvid Ulf Kjellberg pada akun youtube Pewdiepie. Teori yang digunakan adalah *online personal branding* Frischmann yang menekankan pada bentuk *personal branding* yang disampaikan melalui video berjudul *bitch lasagna* pada kanal youtube Pewdiepie. Video *bitch lasagna* menyebabkan Pewdiepie dituntut oleh T-Series pada pengadilan tinggi di India dan berdampak pada pemblokiran video *bitch lasagna* di India. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode analisis visual oleh Gillian Rose, dari tiga area penelitian visual yaitu, *site of self* atau area peneliti, *site of production* atau wilayah produksi, dan *site of audience* atau area khalayak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam video berjudul *bitch lasagna* oleh Pewdiepie terkandung makna dalam penggunaan busana, kalimat sarkasme dan *satire*, serta teknik, *angle* dan penggunaan warna dalam video *bitch lasagna* yang berkaitan dengan *personal branding* Pewdiepie. Ditemukan bahwa dalam video *bitch lasagna*, *personal branding* Pewdiepie digambarkan sebagai sosok yang *savages*, angkuh, sompong, superioritas dan penuh perlawanan sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi khalayak Pewdiepie karena kanal youtubenya memiliki jumlah *subscribers* terbanyak sebagai *youtuber independent*.

Kata kunci: Pewdiepie, *youtuber gaming*, Felix Kjellberg, T-Series, *personal branding*

ABSTRACT

This study aims to reveal how is the personal branding of Felix Arvid Ulf Kjellberg on Pewdiepie youtube account. The theory used is online personal branding by Frischmann that emphasize to the personal branding that Pewdiepie trying to delivered through one video titled bitch lasagna that available on Pewdiepie youtube channel. Video titled bitch lasagna, made Pewdiepie sued by big corporation company based on India called T-Series. This qualitative study uses the visual methodology by Gillian Rose, from three areas of visual research which is, site of self, site of production, and site of audience. The results showed that from the video titled bitch lasagna by Pewdiepie contains meaning from the use of clothing, sarcasm and satire sentences, with the techniques, camera angles and the use of coloring inside of video titled bitch lasagna related to Pewdiepie's personal branding. It was found that inside the bitch lasagna, personal branding of Pewdiepie that described as a savages, haughty, arrogant, superiority and full of resistance so this is the main attraction for the subscribers or fans of Pewdiepie because his youtube channel became the most subscribers as a independent youtuber.

Keywords: *Pewdiepie, youtuber gaming, Felix Kjellberg, T-Series, personal branding*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, yang berkat kasih sayang dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Personal Branding Felix Arvid Ulf Kjellberg pada Akun Youtube Pewdiepie" sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Tentunya dalam penulisan skripsi ini, banyak kekurangan yang tidak disadari dan tidak sengaja. Tetapi penyusun telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak lepas bantuan, bimbingan, dorongan, serta nasihat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. A.A.I Prihandari Satvikadewi S.Sos, M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

3. Drs. Jupriono, M.Si selaku dosen wali, terimakasih sudah membimbing dan memberikan arahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 1, terimakasih banyak atas bimbingan, arahan, dorongan, kritik, saran, kesabaran sera memberikan motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Herlina Kusumaningrum, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing 2. Terimakasih sudah memberikan arahan, meluangkan waktu, memberikan kritik dan saran dalam memperbaiki skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Terutama seluruh dosen konsentrasi Broadcasting yang sudah memberikan waktu mengajar serta ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Seluruh jajaran akademik, kemahasiswaan, ruang baca (perpustakaan), dan staff administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
8. Ibu, Ayah, Rafli, Aura, Vita pupi dan Belaru yang telah memberikan semangat untuk penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Reza Eka alias Jek mamen, Edo Bangcat, Masud Gondol, Liul, Bagas, Evi, Karim, Amirul Hami, Berlin, Azka, Jo Gepeng, Lia & Ajiji, Zarita, Monos, Eka Rizky, Angga, Yoga Yoyoy, Mas Sony, Adel, Gilang, Reffian, Okin, Vega, Sholehuddin, Dimas Lex dan Ajiz yang telah memberikan bantuan serta semangat kepada penulis.
10. Pihak PT. Nyate.sub dan Satubasa Communication yang sudah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan penggerjaan selama skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Banyak terlukiskan rasa terimakasih penulis atas semuannya. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih dan meminta maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin..

Surabaya, 22 Juni 2020

Penulis

Afaf Satya Farchan Najid

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	1
Tanda Persetujuan Skripsi	ii
Tanda Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Persembahan	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penelitian	16
BAB II	19
Kajian Pustaka	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu	19

2.1.2 Critical Review.....	27
2.2 Landasan Teori	33
2.2.1 Teori <i>Online Personal Branding</i> oleh Frischmann.....	33
2.2.2 <i>Content Creator</i>	40
2.2.3 Media Youtube	41
2.2.4 Analisis Visual oleh Gillian Rose.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III	47
Metode Penelitian.....	47
3.1 Tipe Penelitian.....	47
3.2 Peran Peneliti.....	49
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	50
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Unit Analisis.....	53
3.6 Analisis Data	54
3.6.1 <i>Site of Self</i>	55
3.6.2 <i>Site of Production</i>	56
3.6.3 <i>Site of Audience</i>	56
3.7 Keabsahan Data.....	57
BAB IV	59
Pembahasan	59
4.1 Deskripsi Objek.....	59
4.1.1 Profil Felix Arvid Ulf Kjellberg	59

4.1.2 Video Pewdiepie dengan Judul <i>Bitch Lasagna</i>	67
4.2 Penyajian Data.....	65
4.3 Perihalaman.....	126
4.3.1 <i>Site of Self</i>	127
4.3.2 <i>Site of Production</i>	144
4.3.3 <i>Site of Audience</i>	150
4.3.4 <i>Online Personal Branding</i> pada akun youtube Pewdiepie.....	155
BAB V.....	163
Penutup.....	163
5.1 Kesimpulan.....	163
5.2 Saran.....	164
Daftar Pustaka.....	165
Lampiran.....	173

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Peringkat Penggunaan Media Sosial Tahun 2020	4
Tabel 3.1: Video paling banyak ditonton pada akun youtube @Pewdiepie	51
Tabel 4.1: Verse 1 atau Bait Pertama Video Bitch Lasagna	67
Tabel 4.2: Chorus atau Joti Video Bitch Lasagna	81
Tabel 4.3: Bait Kedua – Video Bitch Lasagna	90
Tabel 4.4: Joti – Video Bitch Lasagna	98
Tabel 4.5: Outro – Video Bitch Lasagna	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Pewdiepie memperoleh The Milestone Plank dari Youtube.....	7
Gambar 2.1: Diagram Model <i>Online Personal Branding</i> Frischmann.....	37
Gambar 4.1: Thumbnail Video Bitch Lasagna.....	64
Gambar 4.2: Video pada akun youtube Pewdiepie.....	110
Gambar 4.3: Video tentang <i>bobs</i> dan <i>vegana</i> pada akun youtube Pewdiepie	112
Gambar 4.4: Video dengan judul <i>You India, You Lose</i>	114
Gambar 4.5: Seri mim review pada akun youtube Pewdiepie	115
Gambar 4.6: Referensi dari penggunaan kata <i>bobs</i> dan <i>vegana</i>	120
Gambar 4.7: Penyajian Data mengenai kalimat <i>Blue Eyes Dragon & Dark Magician</i>	121
Gambar 4.8: Gambar Kartu " <i>Mothu Pathu</i> ".....	122
Gambar 4.9: Beberapa jumlah penonton video pada akun T-Series.....	125
Gambar 4.10: Tampilan video bitch lasagna	145
Gambar 4.11: Komentar Han Official pada video bitch lasagna	151
Gambar 4.12: Komentar Seraphilm pada video bitch lasagna.....	153
Gambar 4.13: Komentar Imagine Coding pada video bitch lasagna	153
Gambar 4.14: Komentar 69.000 subscribers pada video bitch lasagna	153
Gambar 4.15: Komentar Gofpop Gaming pada video bitch lasagna	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Scene video Bitch Lasagna menit 00:02-00:06.....	173
Lampiran 1.2 Scene video Bitch Lasagna menit 00:07-00:11.....	173
Lampiran 1.3 Scene video Bitch Lasagna menit 00:12-00:14.....	174
Lampiran 1.4 Scene video Bitch Lasagna menit 00:15-00:19.....	175
Lampiran 1.5 Scene video Bitch Lasagna menit 00:19-00:21.....	175
Lampiran 1.6 Scene video Bitch Lasagna menit 00:22-00:23.....	176
Lampiran 1.7 Scene video Bitch Lasagna menit 00:25-00:28.....	176
Lampiran 1.8 Scene video Bitch Lasagna menit 00:29-00:32.....	177
Lampiran 1.9 Scene video Bitch Lasagna menit 00:33-00:37.....	178
Lampiran 1.10 Scene video Bitch Lasagna menit 00:38-00:44.....	179
Lampiran 1.11 Scene video Bitch Lasagna menit 00:38-00:44.....	180
Lampiran 1.12 Scene video Bitch Lasagna menit 00:45-00:51.....	181
Lampiran 1.13 Scene video Bitch Lasagna menit 00:52-00:57.....	181
Lampiran 1.14 Scene video Bitch Lasagna menit 00:52-00:57.....	182
Lampiran 1.15 Scene video Bitch Lasagna menit 00:58-01:03.....	183
Lampiran 1.16 Scene video Bitch Lasagna menit 01:04-01:06.....	184
Lampiran 1.17 Scene video Bitch Lasagna menit 01:07-01:10.....	185
Lampiran 1.18 Scene video Bitch Lasagna menit 01:11-01:17.....	185
Lampiran 1.19 Scene video Bitch Lasagna menit 01:11-01:17.....	186
Lampiran 1.20 Scene video Bitch Lasagna menit 01:17-01:22.....	186
Lampiran 1.21 Scene video Bitch Lasagna menit 01:23-01:29.....	187

Lampiran 1.22 Scene video Bitch Lasagna menit 01:23-01:29.....	188
Lampiran 1.23 Scene video Bitch Lasagna menit 01:23-01:29.....	188
Lampiran 1.24 Scene video Bitch Lasagna menit 01:29-01:35.....	189
Lampiran 1.25 Scene video Bitch Lasagna menit 01:29-01:35.....	189
Lampiran 1.26 Scene video Bitch Lasagna menit 01:36-01:42.....	190
Lampiran 1.27 Scene video Bitch Lasagna menit 01:36-01:42.....	192
Lampiran 1.28 Scene video Bitch Lasagna menit 01:43-01:48.....	193
Lampiran 1.29 Scene video Bitch Lasagna menit 01:49-01:54.....	193
Lampiran 1.30 Scene video Bitch Lasagna menit 01:55-02:00.....	194
Lampiran 1.31 Scene video Bitch Lasagna menit 01:55-02:00.....	194
Lampiran 1.32 Scene video Bitch Lasagna menit 02:01-02:07.....	195
Lampiran 1.33 Scene video Bitch Lasagna menit 02:08-02:10.....	195
Lampiran 1.34 Pedoman Wawancara.....	196
Lampiran 1.35 Transkrip Wawancara.....	197