

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan kuasanya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Shalawat serta salam semoga senantiasa dicurahkan pada junjungan besar Nabil Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, serta umatnya hingga akhir zaman

Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang Strata 1, serta memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Universitas Pendidikan Indonesia. Judul skripsi yang dibuat yaitu **“Strategi Online Personal Branding Dalam Industri Fashion (Studi Kasus pada Rissa Stellar dalam blog “lippielust.com”)**

Dalam selama proses menyelesaikan skripsi ini, tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak mulai dari orang tua, dosen pembimbing, keluarga, hingga rekan-rekan penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi khususnya bagi penulis umumnya untuk seluruh pihak yang membaca, serta dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melanjutkan penelitian dengan topik yang serupa. Serta diharapkan menjadi sumbangsih ilmu yang berarti bagi perkembangan bidang ilmu dan praktik Ilmu Komunikasi.

Bandung, 15 Agustus 2017
Penulis

Dinda Larissa Putri
NIM 1300357

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si sebagai Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah mendidik kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
2. Dr. Agus Mulyana, M.Hum sebagai Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah mendidik dan membagi ilmu kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
3. Dr. Ridwan Effendi, M. Ed dan Firman Aziz, M.Pd sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang banyak memberikan arahan, bantuan dan saran selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ridwan Effendi, M. Ed sebagai ketua jurusan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan membagi ilmu kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
5. Seluruh dosen dan staff Departemen Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan membagi ilmu kepada penulis selama empat tahun di Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Joko Suharyono dan Aan Suana (alm) sebagai orang tua penulis yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. M.Tegar Perkasa Putra sebagai adik penulis yang telah memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Kak Rissa Stellar, kak Anggi, kak Vania, kak Seren, dan kak Api sebagai informan dalam penelitian ini yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Aryu Sarah, Sofiani Wulandari, Icah Ajeng Wulansari, dan Izdihar Farah Fachriani yang telah menemani penulis, memberikan bantuan dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Dini, Mbip, Mpit, yang telah menemani penulis diperkuliahan selama 4 tahun, dan telah memberikan banyak dukungan selama menyelesaikan penelitian ini.

11. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi UPI, khususnya Ilmu Komunikasi B 2013 yang telah memberikan penulis banyak pelajaran dan kenangan yang tak terlupakan.

DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Skripsi.....	i
Kata Pengantar	ii
Ucapan Terima Kasih.....	iii
Abstrak.....	iv
<i>Abstract</i>	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	10
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1 Karakteristik Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2 Peran New Media dalam Personal Branding.....	14
2.2.1 <i>Media Sosial</i>	17
2.2.2 Blog	20
2.3 Personal Branding	23
2.3.1 <i>Brand Basics</i> (Konsep Dasar Merek)	24
2.3.2 Karakteristik Personal Branding	25
2.3.2 Strategi Personal Branding.....	32
2.4 Penelitian Terdahulu.....	35
2.5 Kerangka Pemikiran.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	45
3.3 Instrumen Penelitian.....	47
3.4 Data dan Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data	53
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Situs Blog.....	58
4.1.2 Profil Infroman Penelitian.....	61
4.2 Temuan Penelitian.....	63
4.2.1 Proses Membangun Personal Branding Melalui Blog.....	63
4.2.1.1 Khas.....	63
4.2.1.2 Relevan.....	65
4.2.1.3 Konsisten.....	67
4.2.2 Analisa Strategi Personal Branding.....	71
4.2.3 Analisa Eksistensi dan Reputasi dari Personal Branding.....	81
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
4.3.1 Pembahasan Terkait Proses Personal Branding Melalui Blog.....	84
4.3.2 Pembahasan Terkait Strategi Personal Branding	88
4.3.3 Pembahasan Terkait Eksistensi dan Reputasi dari Personal Branding	89
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.1.1 Simpulan Proses Branding Melalui Blog.....	90
5.1.2 Simpulan Strategi Personal Branding.....	90
5.1.3 Simpulan Hasil yang didapat dari Personal Branding.....	91
5.2 Implikasi.....	92
5.2.1 Implikasi Akademis.....	92

5.2.2 Implikasi Praktis.....	92
5.3 Rekomendasi.....	92
5.3.1 Rekomendasi Akademis.....	92
5.3.2 Rekomendasi Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	36
3.1 Tabel Informan Utama Penelitian	46
3.2 Tabel Informan Pendukung Penelitian.....	46
3.3 Tabel Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4 Tabel Pertanyaan Wawancara.....	55
4.1 Tabel Matriks Hasil Proses Personal Branding Melalui Blog.....	70
4.2 Tabel Matriks Hasil Strategi Personal Branding.....	80
4.3 Tabel Matriks Hasil yang didapat dari Personal Branding	83

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Pemikiran	41
4.1 Gambar Halaman depan Blog Lippielust.com	59
4.2 Gambar Swatcher Shade ‘Bashful’ brand Girlactik	60
4.3 Gambar Swatcher All Shade brand Emina Cosmetics	60
4.4 Gambar Swatcher Lipstick brand Wardah.....	66
4.5 Gambar Produk Kolaborasi Lippielust dengan Evete Naturals.....	70
4.6 Gambar Lips Art yang dibuat oleh Rissa dalam blog Lippielust.....	75
4.7 Gambar Hasil Pembahasan Personal Branding.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penelitian.....	96
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	97
Lampiran 3. Penyajian Data.....	115
Lampiran 4. Pedoman Observasi.....	125
Lampiran 5. Pedoman Wawancara.....	126
Lampiran 6. Matriks Penelitian.....	129
Lampiran 7. Cek Tabel Plagiarisme.....	132
Lampiran 8. Membercheck.....	138
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	143
Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara	145