

**PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN ROTI'O**

SKRIPSI

Oleh:

EKLESIA WULANDERY TOMANA

1671650016



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2022

**PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN ROTI'O**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

EKLESIA WULANDERY TOMANA

1671650016



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA 2022**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eklesia Wulandery Tomana
NIM : 1671650016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Sripsi yang berjudul **“PERSONAL
BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN ROTT’O** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 15 Desember 2022

Eklesia Wulandery



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN ROTI'O**

Oleh:

Nama : Eklesia Wulandery Tomana

NIM : 1671650016

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 15 Desember 2022

Menyetujui:

Pembimbing I,

(Sunengsih D Simatupang, SS., M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

Dekan,



(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc.Sc.)

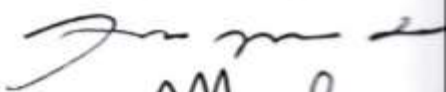
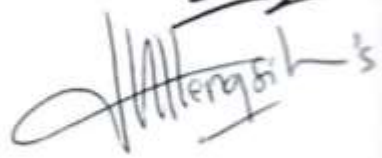
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 21 Oktober 2022 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Eklesia Wulandery Tomana
NIM : 1671650016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN ROTTO"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom	Ketua	
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Anggota	
3. Sunengsih D Simatupang, SS., M.Si	Anggota	

Jakarta, 15 Desember 2022



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eklesia Wulandery Tomana
NIM : 1671650016
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : **"PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO**

SEBAGAI

STRATEGI PEMASARAN ROTT'O"

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang belaku.

Dibuat di Jakarta
15 Desember 2022



Eklesia wulandery



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM

**“PERSONAL BRANDING DUDE HARLINO SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN ROTI'O”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi CD-ROM Laporan Penelitian sama
dengan revisi akhir.

Jakarta, 15 Desember 2022

Eklesia Wulandery Tomana

Menyetujui:
Pembimbing,

Sunengsih D Simatupang, SS., M.Si

Ketua Program Studi,

Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom

MOTTO

*“you do not just wake up and become the butterfly,
growth is a procces.”*



PRAKATA

Segala puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Mahaesa yang telah melimpahkan berkat-Nya dan memberi kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir atau skripsi ini dengan baik.

Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan sesuai rencana tanpa bantuan serta dukungan dari semua pihak yang telah mengambil bagian dalam membantu peneliti selama menjalani proses penulisan skripsi ini. Pada penelitian ini, peneliti mengambil penelitian mengenai citra *brand ambassador* Roti'O dalam meningkatkan pemasaran Roti'O. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana citra Dude Harlino sebagai brand ambassador dalam meningkatkan pemasaran Roti'O. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing peneliti, yaitu Ibu Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si yang dengan sabar memberikan ilmu dan bimbingan untuk membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran-saran, serta nasihat yang tidak ternilai harganya, baik secara langsung maupun tidak langsung, khususnya:

1. Dr. Verdinand Robertua, M.Soc.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Formas Juitan Lase, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Misterlian Tomana dan Ibu Rosalina Magdalena Joseph selaku kedua orang tua penulis yang tidak pernah putus memberikan dukungan moril maupun materil.

4. Michelle Christy Tomana dan Maureen Gabriella selaku kakak dan keponakan dari peneliti yang setia memberikan dukungan, nasehat, informasi, serta ilmu kepada penulis.
5. Jessica Febriolan, Gebi Oktaviani, dan Yans Ferdinan, dan Abraham William selaku sahabat penulis sekaligus teman seperjuangan dalam mengerjakan penelitian ini yang selalu memberikan dukungan, nasehat, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
6. Devin Pedro, Wina Sari, Yohana Dwi, Chandraisa Velma, Dorothy Junior yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Debora dan Ibu Sarah yang bersedia membantu peneliti dalam segala hal dan bersedia penulis repotkan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman – teman Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UKI terutama Public Relations 2016, dan juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkenan memberikan bantuan, dukungan, dan kerja sama yang baik dari awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yesus Kristus membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Eklesia Wulandery Tomana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM.....	v
MOTTO	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	10
1.4.3. Manfaat Sosial.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Brand Ambassador	12
2.1.2. Personal Branding	14
2.1.3. Konsep Personal Branding	15
2.2. Kerangka Teoritis	16
2.3. Kerangka Berpikir	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Paradigma Penelitian	20
3.2. Pendekatan Penelitian.....	22
3.3. Metode Penelitian	22
3.4. Teknik Pemilihan Informan.....	23

3.5. Sumber Data	24
3.6. Metode Pengumpulan Data	25
3.6.1. Wawancara Mendalam.....	25
3.6.2. Observasi	26
3.6.3. Dokumentasi.....	26
3.7. Teknik Analisis Data	27
3.8. Teknik Interpretasi Data	28
3.9. Keabsahan Data	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
4.1. Gambaran Umum	30
4.2. Hasil Analisis.....	32
4.2.1 <i>Personal branding</i> Dude Harlino sebagai <i>brand</i> <i>ambassador</i> dalam meningkatkan pemasaran Roti'O	32
4.3. Interpretasi Data	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	69

ABSTRAK

- A. Eklesia Wulandery Tomana (1671650016)
- B. Fisipol/Ilmui Komunikasi/Hubungan Masyarakat
- C. 79 Halaman + 9 Lampiran
- D. 18 Buku + 2 Jurnal Ilmiah +1 Skripsi + 3 Website
- E. Sunengsih D Simatupang, SS., M.Si
- F. CITRA BRAND AMBASSADOR ROTI'O DALAM
MENINGKATKAN PEMASARAN ROTI'O**

Penelitian ini melihat fenomena penggunaan brand ambassador dilakukan oleh perusahaan tidak hanya sekedar untuk memengaruhi keputusan konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut, namun membentuk loyalitas konsumen terhadap jenis panganan ini dan juga untuk menarik minat calon rekanan yang dalam hal ini calon franchisee. Sejak tahun 2017 silam, manajemen Roti'O memutuskan aktor Dude Harlino sebagai brand ambassador-nya. Untuk menganalisis citra brand ambassador Roti'O melalui penggunaan Dude Harlino sebagai Brand Ambassador untuk meningkatkan pemasaran peneliti menggunakan konsep personal branding.. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa yang melatarbelakangi dipilihnya Dude Harlino sebagai brand ambassador dikarenakan Dude Harlino memiliki personal branding yang kuat dan cocok untuk merepresentasikan Roti'O. Dude memiliki citra yang sesuai dengan citra yang ingin dibangun Roti'O, dimana Dude Harlino yang memiliki personal branding sebagai individu yang religious, dan sosok laki-laki pecinta keluarga. Citra Dude ini dapat menimbulkan rasa percaya masyarakat bahwa Roti'O adalah produk yang halal dan dapat dikonsumsi oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Personal Branding, Roti'O

ABSTRACT

- A. Eklesia Wulandery Tomana (1671650016)
- B. Social and Political Sciences/Communication/Public Relations
- C. 79 Pages + 9 Attachments
- D. 18 Books + 2 Scientific Journals +1 Thesis + 3 Websites
- E. Sunengsih D Simatupang, SS., M.Si
- F. ROTI'O AMBASSADOR BRAND IMAGE IN IMPROVING ROTI'O MARKETING**

This study looks at the phenomenon of using brand ambassadors by companies not only to influence consumer decisions to consume these products, but to form consumer loyalty to this type of confectionery and also to attract potential partners, in this case prospective franchisees. Since 2017, the management of Roti'O has decided on actor Dude Harlino as its brand ambassador. To analyze the image of the Roti'O brand ambassador through the use of Dude Harlino as a Brand Ambassador to improve marketing, the researchers used the concept of personal branding. Data collection was carried out by in-depth interviews. As for the results of the research that has been done, it can be concluded that the reason behind the choice of Dude Harlino as a brand ambassador is because Dude Harlino has a strong personal branding and is suitable to represent Roti'O. Dude has an image that matches the image that Roti'O wants to build, where Dude Harlino has personal branding as a religious individual, and a man who is family oriented. Dude's image can create public confidence that Roti'O is a halal product and can be consumed by all Indonesian people.

Keywords: Brand Ambassador, Personal Branding, Roti'O