

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Dyah Ayu Pratiwi R.P
20140530226**

***Personal Branding Beauty Blogger Sasyachi melalui Media Sosial Blog
(Analisis Isi Blog hellosasyachi.com Pada Tahun 2014)***
Tahun Skripsi: 2018 + 141 Hal + 31 Gambar + 32 Tabel + 41 Lampiran
Daftar Pustaka: 8 Buku + 1 Skripsi + 5 Jurnal + 9 Sumber Online

Personal branding merupakan cara membangun persepsi atau cara pandang orang lain terhadap diri seseorang. Sasyachi menjadi salah satu contoh *personal branding* yang sukses melalui *blog*-nya *hellosasyachi.com*. Sasyachi merupakan seorang *beauty blogger* pertama di Indonesia yang memiliki fokus pada *Korean beauty*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* yang dibangun oleh Sasyachi dan *personal branding* yang menjadi karakteristik berdasarkan unggahan di *blog*-nya *hellosasyachi.com* pada periode tahun 2014. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh unggahan pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, dan sampel yang digunakan merupakan sebagian dari populasi tersebut yaitu sebanyak 120 unggahan. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dari unggahan pada *blog hellosasyachi.com*, dan melakukan studi pustaka dari buku, internet, *coding sheet*, dan penelitian lain yang dinilai relevan. Hasil analisis yang telah dilakukan pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 menunjukkan bahwa dari total 120 unggahan yang menjadi sampel penelitian, terdapat sebanyak 111 unggahan yang mencerminkan *personal branding* Sasyachi berdasarkan ukuran dari teori delapan konsep pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya. Dari 111 unggahan terdapat sebanyak 72 unggahan atau 64,86% masuk dalam kategori spesialisasi, 12 unggahan atau 10,81% masuk dalam kategori kepemimpinan, sebanyak 8 unggahan atau 7,21% masuk dalam kategori perbedaan, 7 unggahan atau 6,31% masuk dalam kategori kepribadian, 4 unggahan atau 3,60% pada kategori kesatuan dan keteguhan, dan terdapat sebanyak 2 unggahan atau 1,80% yang masuk dalam kategori nama baik. Sementara itu *personal branding* yang menjadi karakteristik seorang Sasyachi dilihat dari hasil yang paling dominan adalah *personal branding* kategori spesialisasi yang memperoleh persentase sebesar 64,86% dengan total unggahan sebanyak 72 unggahan.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Sasyachi, *Blog*, Analisis Isi

ABSTRACT

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTEMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
CONCENTRATION OF PUBLIC RELATIONS**

**Dyah Ayu Pratiwi R.P
20140530226**

**Personal Branding Beauty Blogger Sasyachi through Social Media Blog
(Content Analysis Blog hellosasyachi.com at 2014)**

Thesis Year: 2018 + 141 pages + 31 Pictures + 32 Table + 41 Appendices

Bibliography: 8 Books + 1 Thesis + 5 Journal + 9 Online Source

Personal branding is a way to build a perception or way of looking at someone else's self. Sasyachi became one of the successful personal branding examples through his blog hellosasyachi.com. Sasyachi is the first beauty blogger in Indonesia to focus on Korean beauty. This study aims to determine the personal branding built by Sasyachi and personal branding that characterized based on uploads on his blog hellosasyachi.com in the period 2014. The method used in this study is the method of quantitative content analysis. The population of this study is all uploads on the blog hellosasyachi.com period 2014, and the sample used is part of the population that is as much as 120 uploads. Data collection methods used are documentation of uploads on the blog hellosasyachi.com, and do literature studies of books, internet, coding sheets, and other studies that are considered relevant. The results of the analysis that has been done on hellosasyachi.com blog 2014 period shows that of the total 120 uploads into the sample of research, there are 111 uploads reflecting personal branding Sasyachi based on the size of the theory of eight personal branding formation concept according to Peter Montoya. Out of 111 uploads there are 72 uploads or 64.86% belonging to a specialization category, 12 uploads or 10.81% fall into the leadership category, as many as 8 uploads or 7.21% fall into the difference category, 7 uploads or 6.31% in personality categories, 4 uploads or 3.60% in unity and steadfast categories, and there are as many as 2 uploads or 1.80% in the category of good names. Meanwhile, the personal branding characteristic of a Sasyachi is seen from the most dominant result is personal branding of specialization category which gets percentage of 64,86% with total upload as much 72 uploads.

Keywords: Personal Branding, Sasyachi, Blog, Content Analysis