

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **Personal Branding Komedian Asmawi Sueb Dalam Channel Youtube Kata Baba (Analisis Isi kualitatif)**

Fathurrahman Sidiq

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77645&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Asmawi ialah content creator asal kota Depok. Nama kata baba melejit sebab karyanya dalam memerankan karakter dengan ciri khas pemuda asal betawi pada akun youtube @Kata baba. Asmawi mengawali karirnya sebagai content creator di youtube pada tahun 2017. Sebelumnya kata baba memulai perannya lewat Instagram dan membuat video dubbing yang lucu. Pengikutnya sebanyak 2,2 juta orang, artinya lebih dari 2 juta orang ingin menonton video bergenre komedi tersebut lebih banyak.

Penelitian ini menerapkan paradigma konstruktivisme dan memanfaatkan konsep komunikasi massa serta personal branding. Konsep ini berkaitan dengan usaha yang dilakukan Asmawi Sueb untuk membangun personal brandingnya di saluran Youtube @Kata Baba. Tujuan dari pembangunan personal branding tersebut adalah untuk menciptakan kesan dan respons dari orang lain terhadap konten komedinya di saluran Youtube tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Asmawi Sueb di youtubnya @Kata Baba dalam menyebarkan konten komedi memenuhi 7 dari 8 hukum personal branding yang diusulkan Peter Montoya yaitu, Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Terlihat, Kesatuan dan Nama Baik. Hukum yang menjadi kekuatan dalam personal brandingnya adalah hukum Spesialisasi serta memenuhi unsur setting, penampilan dan gaya bertingkah laku dari teori manajemen kesan Erving Govman. Hal ini menyebabkan Asmawi Sueb berhasil menjadi seorang komedian yang terkenal melalui saluran Youtube tersebut.