

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* YOSHUA MARCELLOS SEBAGAI  
PROMOTOR TINJU PADA *EVENT* BYON COMBAT DI AKUN  
INSTAGRAM @CELLOSZXZ**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**AL HANIF RIZQY FAJAR FIRDAUS**

**NPM. 21043010254**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**


**ANALISIS PERSONAL BRANDING YOSHUA MARCELLOS SEBAGAI  
PROMOTOR TINJU PADA EVENT BYON COMBAT DI AKUN  
INSTAGRAM @CELLOSZXZ**

Disusun oleh:


Al Hanif Rizqy Fajar Firdaus  
NPM. 21043010254

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

**DOSEN PEMBIMBING**

  
Latif Ahmad Fauzan, S.T.Kom., M.A  
199207152024061001

Mengetahui  
**DEKAN**

  
Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PERSONAL BRANDING YOSHUA MARCELLOS SEBAGAI PROMOTOR  
TINJU PADA EVENT BYON COMBAT DI AKUN INSTAGRAM @CELLOSZXZ**

oleh:

**Al Hanif Rizqy Fajar Firdaus**  
NPM. 21043010254


**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji  
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan  
Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa  
Timur pada tanggal 20 Mei 2026**

**PEMBIMBING**


  
**Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A**  
NIP. 199207152024061001

**TIM PENGUJI,**


**1. KETUA**

  
**Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A**  
NIP. 199207152024061001

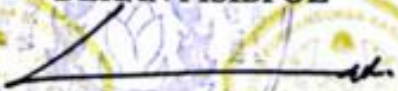
**2. SEKRETARIS**

  
**Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom**  
NIP. 198501082018032001

**3. ANGGOTA**

  
**Dra. Dyva Claretta, M.Si**  
NIP. 196601072021212001

Mengetahui,  
**DEKAN FISIBPOL**

  
**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Al Hanif Rizqy Fajar Firdaus

NPM : 21043010254

Angkatan : 2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku

Surabaya, 24 Mei 2026



Al Hanif Rizqy Fajar Firdaus

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis.
4. Ibu Oktifani Winarti, S.I.Kom, M.A. dan Ibu Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
5. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan kepada penulis.

6. Kepada kedua orang tua, Bapak Dwi Arie Irmawan, S.Hi dan Ibu Kismiyati Terima kasih atas kasih sayang, semangat, dan dukungan yang tak pernah putus. Semoga karya ini dapat menjadi wujud nyata bahwa segala usaha yang dilakukan dengan sepenuh hati akan membawa hasil yang memuaskan.
7. Kepada Salindri Bening Cahyani atas segala bentuk semangat, motivasi, dukungan, dan masukan-masukan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Maulana Al Hafiz yang pundaknya selalu tersedia saat saya merasa lelah dan putus asa dalam proses ini. Bukan hanya sekadar motivasi, tetapi pengingat bahwa saya tidak sendirian dalam perjuangan ini.
9. Kepada Tim PT Empat Bintang Luhur Berjaya, Terima kasih telah menjadi sistem pendukung yang luar biasa, tidak hanya dalam bentuk dukungan finansial yang sangat membantu kelancaran studi, tetapi juga melalui motivasi dan semangat yang secara konsisten diberikan. Lingkungan kerja yang suportif telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam perjalanan penulis menyelesaikan studi ini.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis, “Imam Crew” dan “Arek Arek Senang” yang telah setia menemani setiap proses perjuangan, menjadi tempat berbagi keluh kesah, serta senantiasa memberikan dukungan dan semangat yang tak ternilai harganya.

11. *At last but not least*, Secara khusus, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri. Terima kasih karena menolak untuk menyerah, tetap kuat, dan selalu menjaga komitmen untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Ungkapan terima kasih yang sama juga penulis sematkan untuk dua kawan seperjalanan yang tak pernah lelah menemani setiap proses ini yaitu Rojak (Vespa PX biru tahun 1995) dan Glewo (RX King biru tahun 2002). Terima kasih telah menjadi saksi bisu yang tangguh, setia menemani setiap putaran roda perjuangan ini hingga mencapai garis akhir.

Mengakhiri tulisan ini, penulis menyadari bahwa karya tulis ilmiah ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian, penulis akan menerima dengan terbuka setiap kritik serta saran yang membangun untuk pengembangan dan perbaikan penelitian selanjutnya di masa depan.

Surabaya, 23 April 2026

Al Hanif Rizqy Fajar Firdaus

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui bagaimana strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Yoshua Marcellos sebagai promotor tinju pada *event* Byon Combat melalui akun Instagram @celloszxz. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) yang dikembangkan oleh Klaus Krippendorff. Pengumpulan data dilakukan dengan menyeleksi 25 konten video *reels* yang diunggah di akun Instagram @celloszxz selama periode 1 Juni hingga 31 Agustus 2025. Analisis didasarkan pada sembilan elemen *personal branding* dari Ashutosh Garg, yaitu *be yourself, be credible, be confident, be different, be energetic, be special, be connected, be supportive and support*, serta *be consistent*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yoshua Marcellos berhasil membangun *personal branding* yang kuat, autentik, dan konsisten. Ia menampilkan citra dirinya sebagai sosok promotor yang jujur, humoris, ekspresif, dan tidak kaku. Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya penggabungan dari elemen-elemen tersebut yang membentuk konsep *Authenticity, Optimistic, Collaborate, dan Committed*. Kesimpulannya, keberhasilan *personal branding* Yoshua Marcellos sangat dipengaruhi oleh kombinasi autentisitas diri, konsistensi konten, interaksi dengan audiens, serta pemanfaatan media sosial Instagram secara optimal.

**Kata Kunci:** *Personal Branding*, Instagram, Promotor Tinju, Byon Combat, Yoshua Marcellos.

## **ABSTRACT**

*This study aims to describe and determine the personal branding strategy carried out by Yoshua Marcellos as a boxing promoter for the Byon Combat event through the Instagram account @celloszxz. This research uses a qualitative descriptive approach with the content analysis method developed by Klaus Krippendorff. Data collection was carried out by selecting 25 reels video contents uploaded on the @celloszxz Instagram account during the period of June 1 to August 31, 2025. The analysis was based on the nine elements of personal branding by Ashutosh Garg, namely be yourself, be credible, be confident, be different, be energetic, be special, be connected, be supportive and support, and be consistent. The results showed that Yoshua Marcellos successfully built a strong, authentic, and consistent personal branding. He presented his image as an honest, humorous, expressive, and flexible promoter. In addition, this study also found a combination of these elements forming the concepts of Authenticity, Optimistic, Collaborate, and Committed. In conclusion, the success of Yoshua Marcellos's personal branding is heavily influenced by a combination of self-authenticity, content consistency, audience interaction, and the optimal use of Instagram as a social media platform.*

**Keywords:** *Personal Branding, Instagram, Boxing Promoter, Byon Combat, Yoshua Marcellos.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Peneltian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 New Media .....	16
2.2.2 Media Sosial .....	17
2.2.3 Instagram .....	19
2.2.4 Promosi.....	23
2.2.5 Analisis Konten dalam media sosial Instagram.....	25
2.2.6 <i>Personal Branding</i> (Ashutosh Garg).....	27
2.3 Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Definisi Konseptual.....	37
3.2.1 <i>Personal Branding</i> .....	37

3.2.2 Media Sosial .....	38
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
3.4 Objek dan Subjek Penelitian .....	38
3.5 Pengumpulan Data .....	39
3.6 Korpus Penelitian .....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	44
4.1.1 Profil Yoshua Marcellos .....	44
4.1.2 Profil Instagram .....	46
4.2 Hasil.....	48
4.2.1 Konten <i>Personal Branding</i> pada akun @celloszxx.....	49
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1 <i>Personal Branding</i> Yoshua Marcellos sebagai Promotor Tinju pada <i>Event Byon Combat</i> .....	91
4.3.2 <i>Personal Branding</i> Yoshua Marcellos dalam Membangun <i>Personal Branding</i> .....	94
4.3.3 Peran Media Sosial Instagram dalam Membentuk <i>Personal Branding</i> .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>110</b>
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran.....	111
5.2.1. Saran Akademis .....	112
5.2.2 Saran Praktis .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Negara dengan pengguna Instagram Terbesar di Dunia.....	2
Gambar 1.2. Akun media sosial instagram @celloszxz.....	6
Gambar 1.3. Perbandingan postingan Yoshua Marcellos pada akun media sosial Instagram & Tiktok.....	7
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 3.1. <i>Component of Content Analysis</i> .....	42
Gambar 4.1 Wajah Yoshua Marcellos.....	44
Gambar 4.2 Tampilan Instagram @celloszxz.....	46
Gambar 4.3. Konten <i>Reels</i> 1.....	55
Gambar 4.4. Konten <i>Reels</i> 2.....	57
Gambar 4.5. Konten <i>Reels</i> 3.....	58
Gambar 4.6. Konten <i>Reels</i> 4.....	59
Gambar 4.7. Konten <i>Reels</i> 5.....	61
Gambar 4.8. Konten <i>Reels</i> 6.....	62
Gambar 4.9. Konten <i>Reels</i> 7.....	64
Gambar 4.10. Konten <i>Reels</i> 8.....	65
Gambar 4.11. Konten <i>Reels</i> 9.....	66
Gambar 4.12. Konten <i>Reels</i> 10.....	68
Gambar 4.13. Konten <i>Reels</i> 11.....	69
Gambar 4.14. Konten <i>Reels</i> 12.....	71
Gambar 4.15. Konten <i>Reels</i> 13.....	72
Gambar 4.16. Konten <i>Reels</i> 14.....	74

Gambar 4.17. Konten <i>Reels</i> 15 .....	75
Gambar 4.18. Konten <i>Reels</i> 16 .....	77
Gambar 4.19. Konten <i>Reels</i> 17 .....	78
Gambar 4.20. Konten <i>Reels</i> 18 .....	80
Gambar 4.21. Konten <i>Reels</i> 19 .....	81
Gambar 4.22. Konten <i>Reels</i> 20 .....	83
Gambar 4.23. Konten <i>Reels</i> 21 .....	84
Gambar 4.24. Konten <i>Reels</i> 22 .....	86
Gambar 4.25. Konten <i>Reels</i> 23 .....	87
Gambar 4.26. Konten <i>Reels</i> 24 .....	89
Gambar 4.27. Konten <i>Reels</i> 25 .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1. Korpus Penelitian.....	40
Tabel 4.1. Total Konten <i>Personal Branding</i> Celloszs Sebagai Promotor Byon Combat.....	49