

**STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM ASHILLA
SIKADO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR



HERA RIANA

1161903080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

**STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM ASHILLA
SIKADO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



HERA RIANA

1161903080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hera Riana

NIM : 1161903080

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hera Riana
NIM : 1161903080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Selebgram Ashilla Sikado
Melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

Penguji I : Dianingtyas Putri, S.Sos, M.Si

Penguji II : Hanny Nurahmawati, M.Ikom

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2018



Handwritten signatures of the examiners: Mirana Hanathasia, Dianingtyas Putri, and Hanny Nurahmawati.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul ‘Strategi Personal Branding Selebgram Ashilla Sikado melalui Media Sosial Instagram’

Penulis sadar bahwa Tugas Karya Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai para tahap penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, E. Suherman dan R. Yulianti serta Bude Linah yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang dan semangat yang menjadi motivasi untuk penulis.
2. Maya Kania selaku Kakak Kandung dan Okky Kamadya selaku Kakar Ipar.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
4. Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik dan benar.
5. Para sahabat Etlis Wicis, Hanum Rachmayanti, Audrey Anindita, Arief Aditya Rahmat, Annida Shabrina, Muhammad Islam, M Naufal Alam, Herlingga Rahadian, Fajar Maulana T, Nadya Rizkiyanti, Ria Rahmawati, Puti Nidia Isni, dan Bella Sabrina.
6. Irma Suryani dan Nadhira Eka yang selalu memberikan semangat dan banyak memberikan bantuan selama penelitian ini.
7. Dyah Ajeng, Siti Delima, Bella Nurfiyani, Intan Bahraeni, Nida Husna, Anisa Banuari, Ayu Rosmiawati, Gita Giantina, Muthi’ah Nurfadilah

dan Aida Shafa yang selalu memberikan dukungan doa dan semangatnya.

8. Teman-teman satu kelas Marcom A Batch 7 angkatan 2017 – 2018.
9. Teman-teman satu bimbingan, Annida Sabrina S, Amantha Dhea, Dwi Rizqa Ananda, Imam Suryanto, Putri Reza Umami dan Dennis Rahmawati.
10. Ashilla Sikado sebagai Narasumber utama, yang sudah sangat membantu penulis.
11. Hanum Rachmayanti dan Estadilla Ramadhani sebagai Narasumber Pendukung yang juga sudah banyak membantu penulis.
12. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie yang telah mengajar penulis selama satu setengah tahun. Terima kasih atas pemberian ilmu yang begitu berharga. Universitas Bakrie VI.
13. Mas Taufik dan seluruh staf program studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan atas segala bantuan pengurusan proses akademik penulis.

Dalam penulisan karya akhir ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan karya akhir ini. Penulis berharap karya akhir ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca.

Jakarta, 15 Agustus 2018

Hera Riana

HALAMAAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah Ini:

Nama : Hera Riana
NIM : 1161903080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive RoyaltyFree Right*) atas karya ilmiah berjudul:

STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM ASHILLA SIKADO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2018

Yang Menyatakan



Hera Riana

STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM ASHILLA SIKADO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Hera Riana

ABSTRAK

Personal branding adalah cara untuk membangun merek atas diri seseorang. Ashilla Sikado merupakan contoh personal branding yang memiliki karakter kuat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana personal branding yang dilakukan Ashilla sikado melalui media sosial instagram nya berdasarkan *personal branding pyramid* yang terdiri dari 4 tahapan yaitu *determine who you are*, *determine what you do*, *position yourself* dan *manage you brand*. Penelitian kualitatif deskriptif ini dilakukan dengan metode wawancara mendalam, Observasi dan studi pustaka. Untuk pengujian keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulator sumber sebanyak 2 orang yaitu dari pihak followers dan pihak taletnt management. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat berpengaruh besar dalam melakukan personal branding. Dalam proses melakukan personal branding, Ashilla telah mengetahui karakter dan ciri khas nya merupakan strategi awal yang harus dilakukan dan menjadi strategi yang konsisten, yakni dengan memiliki konten menarik serta menjaga interaksi dengan *follower* dengan baik. Dari penelitian ini terlihat bahwa Ashilla sikado telah menerapkan 4 tahapan dalam *personal branding pyramid* dengan baik.

Kata kunci: *Personal Branding, Selebgram, Media Sosial, Instagram*

PERSONAL BRANDING STRATEGY BY ASHILLA SIKADO USING SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Hera Riana

ABSTRAC

Personal branding is a way for people to build a brand about themselves. Ashilla Sikado is an example of personal branding that has strong character. Based on this background, the author is interested in analyzing how personal branding conducted by Ashilla Sikado by social media (Instagram) based on personal branding pyramid that consists of 4 stages: determine who you are, determine what you do, position yourself and manage you brand. This descriptive qualitative research was carried out by in-depth interview method, observation and literature review. As for examination the validation of the data, the author used triangulation research technique that collect the data from two sources, which is followers and the talent management. Based on the results of the research, this research shows that Instagram has become one of the social media that has a great influence on personal branding. In the process of personal branding, Ashilla has aware about her characteristics which is an outset strategy of personal branding that people must have and became a consistent strategy. In this case, Ashilla is having interesting content and maintaining good interaction with her followers. From this research, it can be concluded that Ashilla Sikado has implemented 4 stages in personal branding pyramid.

Keywords: Personal Branding, Selebgram, Social Media, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penulisan	8
1.4.Manfaat Penulisan	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penulisan Sebelumnya	9
2.2.Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	11
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2. Branding.....	24
2.2.3. Personal Branding	25
2.2.4. Media Sosial.....	28
2.2.5. Instagram.....	33
2.3.Kerangka Pemikiran	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	37
3.2. Objek Penelitian.....	39
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1. Sumber Data Primer	39
3.3.2. Sumber Data Sekunder	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	41
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.7. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	44
3.8. Keterbatasan Penelitian	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Subjek Utama.....	47
4.1.2. Gambaran Subjek Pendukung.....	48
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Analisa Personal Branding Ashilla Sikado.....	49
4.3. Pembahasan.....	57

BAB V KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	67
5.2.1. Saran Akademis.....	67
5.2.2. Saran Praktis	67

DAFTAR PUSTAKA

Buku	68
Jurnal	69
Situs.....	69
Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 3.1 Tabel Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.Foto Ashilla Sikado.....	7
Gambar 2.1 Foto Ashilla Sikado	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Foto Ashilla sikado.....	45
Gambar 4.2 Youtube Ashilla Sikado.....	46
Gambar 4.3 Subjek Triangulator.....	47
Gambar 4.4 Subjek Triangulator.....	48
Gambar 4.5 Instagram Ashilla Sikado.....	51
Gambar 4.6 Foto Ashilla Sikado.....	52
Gambar 4.7 Foto Ashilla Sikado.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Ashilla Sikado	70
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Triangulator Sumber.....	80
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Triangulator Sumber.....	84