

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* (STUDI KASUS
@vanessagraciaa)**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Andika Rafif Azka Putra

1171003148

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

JAKARTA

2024

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* (STUDI KASUS
@vanessagraciaa)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,
Universitas Bakrie



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Andika Rafif Azka Putra

1171003148

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

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama : Andika Rafif Azka Putra

NIM : 1171003148

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Andika Rafif Azka Putra

NIM : 1171003148

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Peran Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal
Branding (Studi Kasus @vanessagraciaa)

Telah berhasil dipertaruhkan 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 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.

()

Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

()
13-09-2024

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si

()
13/9/2024

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 13 September 2024

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan petunjuknya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Tanpa kontribusi mereka, penulis tidak akan mampu menyelesaikannya sendiri. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mama, Papa, Adik

Terima kasih kepada kedua orang tua dan saudara kandung penulis yang selalu memotivasi, mengingatkan dan memberikan semangat tanpa henti kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Mensupport penulis dari awal hingga akhir penulis menempuh pendidikan. Terima kasih sudah menjadi contoh yang baik agar penulis semangat dan termotivasi untuk menjadi lebih baik dan bisa menyelesaikan tanggung jawab sebagai anak.

2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

3. Ibu Dr.Dessy Kania, B.A., M.A

Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu Dessy Kania, selaku dosen pembimbing tugas akhir, atas bimbingan, pengetahuan, pencerahan, serta dukungan yang diberikan saat penulis menghadapi berbagai kesulitan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Sahabat dan Teman-Teman Penulis

Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman penulis, terutama dari Ilmu Komunikasi, Rivaldo Edra dan Nada Syifa, yang telah menemani dan berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah SWT agar membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Andika Rafif Azka Putra

NIM : 1171003148

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN PERSONAL
BRANDING (STUDI KASUS @vanessagraciaa)

Dengan hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie 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 pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Andika Rafif Azka Putra

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING (STUDI KASUS @vanessagraciaa)**

ANDIKA RAFIF AZKA PUTRA

ABSTRAK

Penelitian ini akan mengeksplorasi *personal branding* akun media sosial Instagram @vanessagraciaa. Vanessa Gracia merupakan *fashion, beauty, lifestyle* asal Jakarta, Indonesia, dan memiliki pengikut melebihi 44.000 orang. Penulis ingin mengulik *personal branding* dan kredibilitas Vanessa Gracia di Instagram. Teori yang digunakan adalah teori Peter Montoya mengenai delapan hukum *personal branding*. Pendekatan penelitian kualitatif, metode penelitian deskriptif, subjek penelitian yaitu *Influencer* Vanessa Gracia dan objek penelitian adalah *personal branding* pada akun Instagram @vanessagraciaa. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, tinjauan data *online*, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data adalah reduksi, penyajian, dan penarik kesimpulan data. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa Vanessa Gracia memenuhi delapan konsep *personal branding*.

Kata Kunci: *Influencer, personal branding, media sosial, Instagram*

**THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN BUILDING
PERSONAL BRANDING (CASE STUDY @vanessagraciaa)**

ANDIKA RAFIF AZKA PUTRA

ABSTRACT

This research aims to explore the *personal branding* of the Instagram account @vanessagraciaa. Vanessa Gracia is a fashion, beauty, and lifestyle influencer from Jakarta, Indonesia, with over 44,000 followers. The researcher intends to examine the *personal branding* and credibility of Vanessa Gracia on Instagram. Peter Montoya's theory of eight laws of *personal branding* is applied in this study. The research employs a qualitative approach with a descriptive research method, focusing on the influencer Vanessa Gracia as the subject, and her *personal branding* on the Instagram account @vanessagraciaa as the object. Data collection methods include observation, documentation, online data review, and literature study. The data analysis techniques consist of data reduction, presentation, and conclusion drawing. The findings of this study indicate that Vanessa Gracia fulfills the eight concepts of *personal branding*.

Keywords: Influencer, *personal branding*, social media, Instagram

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| TUGAS AKHIR..... | i |
| TUGAS AKHIR..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Konsep Yang Relevan..... | 9 |
| 2.1.1 Personal Branding..... | 9 |
| 2.1.2 New Media..... | 11 |
| 2.1.3 Media Sosial | 12 |
| 2.1.4 Instagram Sebagai Platform <i>Personal branding</i> | 13 |
| 2.1.5 <i>Influencer</i> | 13 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 16 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian..... | 22 |
| 3.2 Subjek Penelitian | 23 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.1 Subjek Utama..... | 23 |
| 3.2.2 Subjek Pendukung | 23 |
| 3.2.3 Subjek Pembanding | 23 |
| 3.3 Pengumpulan Data | 24 |
| 3.3.1 Sumber Data | 24 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| 3.4 Analisis Data..... | 25 |
| 3.5 Triangulasi Data | 27 |
| 3.6 Operasionalisasi Konsep | 28 |
| BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL..... | 30 |
| 4.1 Gambaran Umum | 30 |
| 4.2 Penyajian Data..... | 31 |
| 4.2.1 Konten Vanessa Gracia yang dibahas dalam Focus Group Discussion | 33 |
| 4.2.2 Karakteristik <i>Decoder</i> | 43 |
| 4.2.3 Data Moderator | 44 |
| 4.2.4 Data <i>Decoder</i> | 45 |
| 4.2.5 Hasil Penelitian Focus Group Discussion..... | 49 |
| 4.3 Hasil Pembahasan Diskusi | 63 |
| 4.3.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>) | 63 |
| 4.3.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>) | 63 |
| 4.3.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>)..... | 63 |
| 4.3.4 Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>) | 63 |
| 4.3.5 Visibilitas (<i>The Law of Visibility</i>) | 64 |
| 4.3.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>) | 64 |
| 4.3.7 Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>) | 64 |
| 4.3.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>) | 65 |
| BAB V KESIMPULAN..... | 66 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 68 |
| LAMPIRAN..... | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya..... | 17 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep..... | 28 |
| Tabel 4.1 Tabel Hasil Penelitian <i>Focus Group Discussion</i> | 49 |
| Tabel 4.2 Tabel Pengelompokan <i>Decoder</i> | 61 |
| Tabel 4.3 Tabel Pengelompokan Konsep | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Lima Tingkatan Influencer..... | 14 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| Gambar 4.1 Fokus Konten @vanessagraciaa..... | 33 |
| Gambar 4.2 Achievement Bisnis..... | 34 |
| Gambar 4.3 Foto Bersama Tim..... | 35 |
| Gambar 4.4 Menunjukkan Kegiatan Sehari-hari | 36 |
| Gambar 4.5 Keunikan Konten..... | 37 |
| Gambar 4.6 Kolaborasi Bersama Komunitas K-POP | 38 |
| Gambar 4.7 Konsistensi Postingan @vanessagraciaa..... | 40 |
| Gambar 4.8 Profil Instagram @vanessagraciaa | 41 |
| Gambar 4.9 Vanessa Gracia Foto Bersama Anak-anak..... | 42 |
| Gambar 4.10 Athalla Ariefthusa, 24 Tahun | 45 |
| Gambar 4.11 Maiko Veronika Alexandra, 24 Tahun..... | 45 |
| Gambar 4.12 Difrita Fasya Zahira, 24 Tahun | 46 |
| Gambar 4.13 Ratu Setya Dhana, 23 Tahun..... | 46 |
| Gambar 4.14 Iham Bayu Prabowo, 25 Tahun | 47 |
| Gambar 4.15 Andika Rifqi Fadilla, 23 Tahun..... | 47 |
| Gambar 4.16 Muhammad Rizqi Hijjul, 22 Tahun | 48 |
| Gambar 4.17 Foto Bersama Setelah Focus Group Discussion | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Hasil Focus Group Discussion71