

**PENERAPAN KONSEP *PERSONAL BRANDING* PETER MONTOYA
PADA *CONTENT CREATOR* RAFLY CHANIAGO MELALUI MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

TUGAS AKHIR

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



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

AURA SYALSA NABILA

1211003129

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Aura Syalsa Nabila

NIM : 1211003129

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aura Syalsa Nabila', with a small checkmark above the first letter 'A'.

Tanggal : 28 Agustus 2025

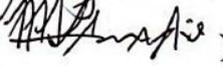
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aura Syalsa Nabila
NIM : 1211003129
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Penerapan Konsep Personal Branding Peter Montoya Pada
Content Creator Rafly Chaniago Melalui Media Sosial TikTok

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Dessy Kania, B.A.,MA ()
Pembahas 1 : Muhammad Ilham, SE, M.I.Kom. ()
Pembahas 2 : Ajenk Ningga Citra., S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di Jakarta

21 Agustus 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Penerapan Konsep Personal Branding Peter Montoya Pada Content Creator Rafly Chaniago Melalui Media Sosial TikTok*”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, baik berupa dukungan moril maupun materil, serta arahan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Segala puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, karunia, serta kesempatan yang diberikan. Atas izin-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

2. Mbah Uti, Bunda, Mbah Kakung, Le Opi, Le Iti, Om Bayu, Om Rohmat, Audi, Cakra, Zico, Galang, Haidar, Airis

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas doa, kasih sayang, serta dukungan penuh yang selalu diberikan, baik secara moril maupun materil, selama penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran mereka menjadi sumber semangat ketika penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada mereka yang selalu siap membantu dalam setiap kesulitan, serta memberikan canda tawa yang menjadi penyemangat utama.

3. Dra. Suharyanti, M.SM., Ph.D.

Rasa terima kasih penulis haturkan kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.SM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

4. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A.

Rasa terima kasih juga penulis haturkan kepada Miss Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A., selaku dosen pembimbing. Beliau telah dengan penuh kesabaran

meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam setiap tahap penyusunan tugas akhir ini. dedikasi dan perhatian beliau sangat berarti, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan baik.

5. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah membekali penulis dengan ilmu, wawasan, serta pengalaman akademik yang bermanfaat. Dengan penuh keikhlasan, semangat, dan kesabaran, para dosen telah mendidik penulis hingga mampu menyelesaikan perkuliahan selama 4 tahun dengan baik.

6. Rafly Chaniago

Rasa terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada Rafly Chaniago, yang sudah berkenan untuk meluangkan waktu membantu proses penyusunan skripsi ini sebagai informan utama didalam penelitian ini.

7. Sahabat Dekat Penulis

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat : Haura Savitri Jatayusati, Diva Syaira Ramadhan Prasetyo, Alyaa Salsabilla, Amelia Nirmala Ridhasari, Asyifa Diva Kinanti, Fayza Adelia Putri Maharani. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan kesediaannya untuk mendengarkan keluh kesah serta berbagi pemikiran ketika penulis menghadapi kendala. Dukungan tersebut memberikan kekuatan besar sehingga penulis dapat menuntaskan tugas akhir ini dengan baik.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2021

Terkhususnya Dorothy Aprilya, Achmad Zaka Zahlan, Rangga Fadhil M Sandi, Aqsan Majid Ghifary. Rasa terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2021. Bersama-sama, penulis dan rekan-rekan telah melewati perjalanan panjang, mulai dari perkuliahan daring hingga akhirnya berada di tahap akhir penyusunan tugas akhir.

9. Seluruh Pihak yang Tidak Dapat Disebutkan Satu per Satu

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak yang telah membantu, baik secara moril maupun materil, selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan tugas akhir ini. Meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, doa dan dukungan yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.

10. Rafi Nur Faizi

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Rafi Nur Faizi, yang senantiasa hadir memberikan dukungan, perhatian, serta semangat yang tak pernah surut selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan kegembiraan di tengah perjalanan akademik yang penuh tantangan. Kesabaran, pengertian, serta motivasi yang selalu diberikan menjadi energi positif bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Semoga segala kebaikan dan ketulusan mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT.

11. Aura Syalsa Nabila

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada diri sendiri, yang telah mengupayakan dan berusaha dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan kerja keras dalam menyelesaikan setiap tahap proses penyusunan skripsi ini. terima kasih karena tidak menyerah meskipun harus menghadapi berbagai tantangan, rasa lelah, dan keraguan yang kerap muncul di tengah perjalanan akademik. Penulis bersyukur mampu bertahan dan terus melangkah hingga akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan, sekecil apa pun langkahnya, akan bermakna besar ketika dilakukan dengan keyakinan, doa, dan usaha yang sungguh-sungguh.

Jakarta, 4 September 2025



Aura Syalsa Nabila

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Aura Syalsa Nabila

NIM : 1211003129

Program Studi : Ilmu Komumikasi

Fakultas : 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 Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENERAPAN KONSEP *PERSONAL BRANDING* PETER MONTOYA PADA *CONTENT CREATOR* RAFLY CHANIAGO MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, menalihkan media/format, 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.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 28 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Aura Syalsa Nabila

**PENERAPAN KONSEP *PERSONAL BRANDING* PETER MONTOYA
PADA *CONTENT CREATOR* RAFLY CHANIAGO MELALUI MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

Aura Syalsa Nabila

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan konsep *personal branding* yang diperkenalkan oleh Peter Montoya diaplikasikan dalam proses pembentukan identitas seorang *content creator*, yakni Rafly Chaniago, di media sosial TikTok. Fokus utama analisis diarahkan pada penggunaan bahasa Ngapak yang secara konsisten dijadikan ciri khas dalam setiap konten yang dipublikasikan. Bahasa daerah ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas budaya, melainkan diposisikan sebagai strategi diferensiasi yang mampu memperkuat kesan autentik. Dalam pelaksanaan penelitian, metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif serta wawancara mendalam bersama subjek penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *personal branding* yang konsisten dan tepat melalui media sosial berpotensi besar mendorong kesuksesan seorang *content creator*. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan bahasa Ngapak sebagai strategi diferensiasi bukan hanya memperlihatkan nilai orisinalitas, melainkan juga menunjukkan bagaimana *personal branding* dapat menjadi instrument penting untuk membangun eksistensi, kredibilitas, serta daya saing di era digital yang sangat dinamis.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Peter Montoya, *Content Creator*, TikTok, Bahasa Ngapak, Media Sosial

**PENERAPAN KONSEP *PERSONAL BRANDING* PETER MONTOYA
PADA *CONTENT CREATOR* RAFLY CHANIAGO MELALUI MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

Aura Syalsa Nabila

ABSTRACT

This study was conducted with the purpose of examining how the personal branding concept introduced by Peter Montoya is applied in the identity formation process of a content creator, namely Rafly Chaniago, on the social media platform TikTok. The main focus of the analysis is directed at the use of the Ngapak language, which is consistently used as a distinctive feature in every content published. This regional language not only functions as a marker of cultural identity but is also positioned as a differentiation strategy that strengthens the authentic impression. In conducting the study, a qualitative approach and in-depth interview with the research subject were employed. Based on the results, it can be concluded that the consistent and proper application of personal branding strategies through social media has great potential to drive the success of a content creator. In the context of this research, the use of the Ngapak language as a differentiation strategy not only demonstrates originality but also shows how personal branding can become an important instrument for building existence, credibility, and competitiveness in the highly dynamic digital era.

Keywords: *Personal Branding, Peter Montoya, Content Creator, TikTok, Ngapak Language, Social Media*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis	14
BAB II.....	15
BAB III.....	61
BAB VI	79
BAB V.....	109
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	119
TRANSKRIP WAWANCARA.....	119
TRANSKRIP WAWANCARA TRIANGULATOR.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Survei Penetrasi Internet di Indonesia.....1
Gambar 2. Survei Alasan Menggunakan Internet di Indonesia.....2
Gambar 3. Data Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia.....4
Gambar 4. Display Akun Media Sosial Rafly Chaniago10
Gambar 5. Model Komunikasi Berlo16

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Konten Kreator Bahasa Ngapak	9
Tabel 2. Kerangka Pemikiran	58