

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK
PERSONAL BRANDING “DEWAN PERWAKILAN NETIZEN” PADA
AKUN TIKTOK @TASYAREV**

TUGAS AKHIR



**Cynthia Maharani Salamah
1221713042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA 2026**

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, karunia, kekuatan, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Gaya Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding pada Akun TikTok @tasyarev”. Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Penulis melewati berbagai proses, tantangan, pembelajaran, dan ujian yang pada akhirnya menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Dalam perjalanan akademik ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi tidak hanya berasal dari kemampuan penulis sendiri, tetapi juga dari doa, dukungan, perhatian, bantuan, dan kehadiran banyak pihak yang menemani setiap langkah. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu saya tercinta, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan kehadiran yang tidak pernah berhenti diberikan. Mama memiliki peran yang sangat besar dalam setiap perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena selalu berada di sisi penulis dalam keadaan apa pun, menjadi tempat untuk berbagi cerita, menjadi sumber kekuatan ketika penulis merasa lelah, serta selalu memberikan kepercayaan dan dukungan dalam setiap langkah yang penulis jalani. Kehadiran Mama menjadi salah satu kekuatan terbesar yang membuat penulis mampu terus bertahan dan menyelesaikan perjalanan pendidikan ini.
2. Kepada Ayudia Rizqa Fadhlia, S.H.,M.H, selaku kakak penulis, terima kasih atas peran yang begitu besar, terutama pada akhir proses perjalanan penulis menuju gelar ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian untuk membantu penulis, menemani setiap proses jatuh dan bangkit, serta berjuang bersama dalam berbagai momen yang dilalui. Terima kasih karena selalu hadir ketika penulis membutuhkan bantuan dan telah menjadi bagian penting yang mengantarkan penulis hingga sampai pada titik ini.

3. Kepada Ahmad Fathir Alexandria, selaku adik penulis, terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu penyemangat bagi penulis dalam melewati setiap proses hingga akhir perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis dan selalu memberikan semangat ketika penulis membutuhkan kekuatan untuk terus melangkah.
4. Kepada Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si., selaku dosen pembimbing, penulis menyampaikan terima kasih atas waktu, kesabaran, arahan, masukan, dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah mendampingi penulis dalam setiap proses bimbingan, membantu penulis memahami penelitian yang dilakukan, serta memberikan arahan dan masukan yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan lebih baik.
5. Kepada Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis menyampaikan terima kasih atas arahan, dukungan, serta berbagai ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A., selaku dosen penguji, penulis menyampaikan terima kasih atas waktu, perhatian, kritik, saran, dan masukan yang telah diberikan dalam proses penyempurnaan skripsi ini. Setiap masukan yang diberikan menjadi pembelajaran bagi penulis untuk dapat memperbaiki penelitian ini dan menyelesaikannya dengan lebih baik.
7. Kepada Tasya Revina, penulis menyampaikan terima kasih karena telah menjadi bagian penting dalam penelitian ini melalui akun TikTok @tasyarev yang menjadi objek penelitian. Gaya komunikasi dan personal branding yang ditampilkan melalui berbagai konten menjadi inspirasi bagi penulis dalam mengangkat penelitian ini. Penulis juga memperoleh banyak pembelajaran dan sudut pandang selama proses mengamati dan memahami komunikasi yang ditampilkan dalam akun tersebut.
8. Kepada Rima, Ajeng, dan Rafi, selaku informan dalam penelitian ini, penulis menyampaikan terima kasih atas waktu, kesediaan, serta pengalaman dan pandangan yang telah dibagikan kepada penulis. Informasi dan perspektif yang

diberikan sangat membantu penulis dalam proses pengumpulan data dan penyelesaian penelitian ini.

9. Kepada seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis menyampaikan terima kasih atas ilmu, pengalaman, arahan, serta pembelajaran yang telah diberikan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Segala pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.
10. Kepada teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis menyampaikan terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Setiap kehadiran dan kebaikan yang diberikan memiliki arti tersendiri bagi penulis dalam melewati perjalanan ini.
11. Dan terakhir, kepada diri penulis sendiri, terima kasih karena telah mampu bertahan dan melewati perjalanan ini hingga sampai pada titik yang selama ini diperjuangkan. Terima kasih karena tidak menyerah ketika proses terasa berat, karena tetap memilih untuk berjuang ketika rasanya ingin berhenti, dan karena terus berusaha memberikan yang terbaik untuk diri sendiri. Terima kasih telah mau bangkit setiap kali merasa lelah, kecewa, maupun meragukan kemampuan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam pengembangan penelitian mengenai gaya komunikasi dan personal branding di media sosial.

Akhir kata, semoga segala kebaikan, doa, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Jakarta, 12 September 2026

Penulis

Cynthia Maharani Salamah

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cynthia Maharani S
NIM : 1221713042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DALAM
MEMBENTUK PERSONAL BRANDING "DEWAN PERWAKILAN
NETIZEN" PADA AKUN TIKTOK@TASYAREV

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti Yudisium untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing	: Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si	()
Pembahas 1	: Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A.	()
Pembahas 2	: Muhammad Ilham, SE, M.I.Kom.	()

Ditetapkan di Jakarta

Kamis, 17 September 2026

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 : Cynthia Maharani Salamah

NIM : 1221713042

Tanda Tangan :

Tanggal : 23 September 2026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Cynthia Maharani Salamah
NIM : 1221713042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING “DEWAN PERWAKILAN NETIZEN” PADA AKUN TIKTOK @TASYAREV

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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.

Jakarta, 23 September 2026

Yang Menyatakan,

Cynthia Maharani Salamah

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING “DEWAN PERWAKILAN NETIZEN” PADA AKUN TIKTOK @TASYAREV

CYNTHIA MAHARANI SALAMAH

ABSTRAK

Maraknya penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana membangun personal branding menyebabkan gaya komunikasi seorang content creator menjadi salah satu faktor penentu diterima atau tidaknya sosok tersebut di mata audiens. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana Tasya Revina melalui akun TikTok @tasyarev membentuk personal branding-nya sebagai "Dewan Perwakilan Netizen". Hal ini juga merupakan upaya menganalisis keterkaitan antara gaya komunikasi dengan proses pembentukan personal branding di media sosial. Penelitian ini menggunakan konsep gaya komunikasi dari Norton, serta konsep personal branding dari Montoya. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisisnya adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam indikator gaya komunikasi, pilihan bahasa, ekspresi, storytelling, humor, dan interaksi dengan audiens telah ditampilkan secara konsisten oleh Tasya Revina, yang kemudian membentuk kedelapan hukum personal branding, yaitu specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, dan goodwill. Namun, pada intonasi, data yang diperoleh masih terbatas, karena informan penelitian cenderung sulit memverbalisasikan aspek tersebut secara eksplisit dibandingkan indikator lain yang lebih mudah diamati.

Kata kunci: *media sosial* TikTok, @tasyarev, gaya komunikasi, *personal branding*

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK
PERSONAL BRANDING “DEWAN PERWAKILAN NETIZEN” PADA
AKUN TIKTOK @TASYAREV**

CYNTHIA MAHARANI SALAMAH

ABSTRACT

The rise of TikTok as a means of building personal branding has made a content creator's communication style one of the determining factors in how well that figure is received by the audience. Thus, the purpose of this study is to explain how Tasya Revina, through the TikTok account @tasyarev, builds her personal branding as the "People's Representative for Netizens." This is also an effort to analyze the relationship between communication style and the process of forming personal branding on social media. This study uses the concept of communication style from Norton, as well as the concept of personal branding from Montoya. The research method used to analyze it is a qualitative approach with a case study design. The results show that of the six communication style indicators, word choice, expression, storytelling, humor, and audience interaction have been consistently displayed by Tasya Revina, which in turn shape the eight laws of personal branding, namely specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill. However, the intonation indicator remains limited, as informants tended to find it difficult to explicitly verbalize this aspect compared to other, more easily observed indicators.

Keywords: social media TikTok, @tasyarev, communication style, personal branding

DAFTAR ISI

UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	i
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Konsep Yang Relevan	15
2.1.1. Komunikasi Digital.....	15
2.1.2. Media Sosial TikTok.....	16
2.1.3. Content Creator dalam Media Sosial	18
2.1.4. Gaya Komunikasi.....	19
2.1.5. Personal Branding	22
2.1.6. Hubungan Gaya Komunikasi dengan Personal Branding	26
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaharuan.....	27
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III : METODE PENELITIAN	36
3.1. Desain dan Pendekatan Penelitian.....	36
3.2. Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.2.1. Objek Penelitian.....	38
3.2.2. Subjek Penelitian.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis Data	44
3.5.Triangulasi Data	46
3.6.Operasionalisasi Konsep.....	48
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	52
4.1.1. Profil Akun TikTok @tasyarev.....	52
4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
4.2. Penyajian Data.....	61
4.2.1. Hasil Observasi Akun TikTok @tasyarev	61
4.2.2. Gaya Komunikasi Tasya Revina dalam Akun TikTok @tasyarev	69
4.2.3. Personal Branding Tasya Revina dalam Akun TikTok @tasyarev	72
4.3. Pembahasan dan Diskusi	74
4.3.1. Gaya Komunikasi.....	74
4.3.2. Personal Branding.....	80
4.3.3. Keterkaitan Gaya Komunikasi dengan Pembentukan Personal Branding	85
4.4. Novelty (Kebaharuan)	89
BAB V : KESIMPULAN.....	91

5.1. Simpulan.....	91
5.2. Kendala dan Keterbatasan	92
5.3. Saran dan Implikasi	93
5.3.1. Saran Teoritis	93
5.3.2. Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun TikTok Reizuka Ari (Sumber:.....)	15
Gambar 1.2 Wawancara di YouTube BUND Lifetainment.....	15
Gambar 1.3 Profil Akun TikTok Tasya Revina	17
Gambar 1.4 Pemberitaan Media Terkait Identitas "Dewan Perwakilan Netizen"	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Alur Analisis Data Miles, Huberman, dan Saldana (2014).....	54
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Penelitian	56
Gambar 4.1 Tampilan konten QnA logat Medan @tasyarev pada 2020	61
Gambar 4.2 Konten "Reply to @..." menampilkan komentar Tasya Revina menanggapi isu viral	62
Gambar 4.3 Unggahan Instagram Tasya Revina terkait kelulusan S2 (Mei 2026)....	63
Gambar 4.4 Donasikan Seluruh Penjualan Bantu Korban Banjir	64
Gambar 4.5 Tampilan Profil TikTok @tasyarev	68
Gambar 4.6 Tampilan Feed dan Arsip Konten TikTok	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Informan Pendukung	47
Tabel 3.2 Kriteria Data Video Penelitian.....	48
Tabel 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	51
Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep Penelitian	57