

**ANALISIS MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus @dindarahmawatis)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Destya Nabila
1171003093**

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


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Destya Nabila

NIM : 1171003093

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Destya Nabila
NIM : 1171003093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Membangun *Personal Branding*
Melalui Media Sosial Instagram (Studi
Kasus @dindarahmawatis)

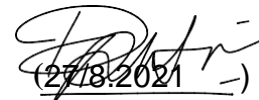
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihadja, M.Si, Ph.D



Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



(27/8/2021)

Penguji 2 : Adrian Arditiar, M.I.Kom



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Membangun *Personal Branding* Melalui Media Sosial Instagram (studi kasus @dindarahmawatis)”. Penyusunan penelitian tugas akhir ini disusun dalam rangkamemenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari proses yang dilalui tidak mudah dan tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, hingga motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Alm. Bapak, Mama, Jody, Bunga, dan Nayla

Terima kasih kepada keluarga khususnya Alm. Bapak, Mama, Jody, Bunga, dan Nayla serta keluarga lainnya yang sudah mendukung dan juga memberikan pengertian dan perhatian sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

2. Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D

Terima kasih kepada Bu Eli selaku dosen pembimbing skripsi peneliti. Terima kasih sudah memotivasi, membantu, dan juga membimbing peneliti agar menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sudah mempermudah peneliti karena bantuan dan saran yang sangat berguna untuk peneliti.

3. Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih kepada Miss Dian selaku dosen penguji pertama peneliti yang telah memberikan kritik, masukan dan bimbingan yang sangat membantu peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini.

4. Adrian Arditiar, M.I.Kom

Terima kasih kepada Pak Adrian selaku dosen pembahas pada sidang akhir peneliti yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

5. Pihak Terkait

Terima kasih peneliti ucapkan kepada *key* informan Kak Dinda Rahmawatis yang telah bersedia diteliti dan membantu kelancaran penelitian ini. Terima kasih kepada para informan lainnya Kak Ghanis, Kak April, Bilqis, dan Miss Pratiwi Ambarwatisebagai triangulator yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan membantu peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas bimbingan dan pengajarannya selama peneliti berkuliah, serta arahnya kepada seluruh dosen dan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

7. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada para dosen terutama kepada dosen pembimbing akademik saya yaitu Bu Tuti atas bimbingannya selama masa perkuliahan ini dan terima kasih kepada para dosen ilmu komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

8. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada karyawan dan staff yang tidak bisa saya sebut satu persatu karena telah membantu saya untuk administrasi perkuliahan, keuangan, dan lain sebagainya.

9. Komunal 2017

Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan terutama peminatan *marketing communication*. Terima kasih sudah mewarnai perkuliahan dan juga dapat menjadi teman yang baik dari awal hingga sekarang. Terima kasih sudah membantu dan sudah menemani proses-proses yang dirasakan dari awal hingga saat ini tugas akhir. Terima kasih atas solidaritas yang ditunjukkan dari awal hingga saat ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 25 Agustus 2021

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'D' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Destya Nabila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destya Nabila
NIM : 1171003093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

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

**ANALISIS MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus @dindarahmawatis)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas 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

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Destya Nabila

**ANALISIS MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus @dindarahmawatis)**

DESTYA NABILA

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi membuat media sosial Instagram memiliki fungsi lain selain hanya mengunggah foto dan video. Dewasa ini, Instagram sering dijadikan wadah untuk membangun sebuah *branding* atau *personal branding* untuk pemilik akun Instagramnya. Seseorang bisa membagikan kegiatan, pengalaman, profesi, hingga prestasi yang diraih kedalam akun Instagram. Tujuan penelitian ini ingin meneliti bagaimana membangun *personal branding* sebagai model hijab melalui media sosial Instagram @dindarahmawatis. Penelitian ini menggunakan teori *personal branding* dari Petter Montoya, dengan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari delapan konsep *personal branding* Petter Montoya ditemukan enam konsep yakni *Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Persistence, dan Goodwill* dari diri dan akun @dindarahmawatis. Dinda membangun *personal branding* di akun Instagramnya bertujuan untuk memberikan contoh bahwa memakai hijab bukan menjadi suatu alasan perempuan untuk tidak bisa aktif di dunia model dan juga hiburan. Selain itu, Dinda juga ingin menjadi seseorang yang membawa dampak positif untuk setiap orang yang mengenalnya di Instagram. Oleh sebab itu, pola komunikasi dan interaksi yang dilakukan Dinda adalah bersahabat, natural, netral, dan realistis dengan pengikutnya. Kesan positif yang mendalam dari Dinda ini juga yang mendorong masyarakat untuk mengikuti Instagramnya.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran digital, *personal branding*, model hijab

**ANALYSIS OF BUILDING PERSONAL BRANDING THROUGH
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA
(Case Study @dindaramawatis)**

DESTYA NABILA

ABSTRACT

The development of technology makes Instagram social media have other functions besides just uploading photos and videos. Today, Instagram is often used as a place to build a branding or personal branding for the owner of his Instagram account. Someone can share their activities, experiences, professions, and achievements into their Instagram account. The purpose of this study is to examine how to build personal branding as a hijab model through social media Instagram @dindaramawatis. This research uses personal branding theory from Petter Montoya, with case study research method. The results of this study indicate that of Petter Montoya's eight personal branding concepts, six concepts were found namely Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Persistence, and Goodwill from self and the @dindaramawatis account. Dinda builds personal branding on her Instagram account with the aim of setting an example that wearing the hijab is not an excuse for women not to be active in the world of modeling and entertainment. In addition, Dinda also wants to be someone who has a positive impact on everyone who knows her on Instagram. Therefore, Dinda's pattern of communication and interaction is friendly, natural, neutral, and realistic with her followers. Dinda's deep positive impression also encourages people to follow her Instagram.

Keywords : *digital marketing communication, personal branding, hijab model*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Konsep Yang Relevan.....	13
2.1.1. <i>Personal branding</i>	15
2.1.2. Media Sosial.....	18
2.1.3. Instagram.....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebauran	21
2.3 Model Kerangka Pemikiran	38
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Desain dan Pendekatan.....	40
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	41
3.3 Pengumpulan Data	41
3.3.1. Sumber Data.....	41
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Analisis Data	46
3.5 Triangulasi Data	47
3.6 Operasionalisasi Konsep	48
BAB IV	49

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Gambaran Konteks Penelitian 49
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian 49
4.1.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian 54
4.2	Penyajian Data..... 59
4.2.1	Hasil Observasi Akun Instagram @dindarahmawatis..... 60
4.2.2.	Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Dalam Membangun <i>Personal branding</i> Akun Instagram @dindarahmawatis 75
4.2.3	Upaya Membangun <i>Personal branding</i> pada akun Instagram @dindarahmawatis 80
4.3	Pembahasan dan Diskusi 84
4.3.1	Personal branding 84
4.3.1.1	Spesialisasi (The Law of Specialization) 85
4.3.1.2	Kepemimpinan (The Law of Leadership) 90
4.3.1.3	Kepribadian (The Law of Personality)..... 92
4.3.1.4	Perbedaan (The Law of Distinctiveness) 94
4.3.1.5	Terlihat (The Law of Visibility)..... 97
4.3.1.6	Kesatuan (The Law of Unity)..... 99
4.3.1.7	Keteguhan (The Law of Persistence) 100
4.3.1.8	Nama Baik (The Law of Goodwill) 102
BAB V	106
SIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan..... 106
5.2	Kendala dan Keterbatasan 109
5.3	Saran dan Implikasi 110
5.3.1.	Saran untuk Penelitian Berikutnya..... 110
5.3.2.	Implikasi..... 111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	113
LAMPIRAN	126
LAMPIRAN	133
LAMPIRAN	138
LAMPIRAN	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram @rcohuang	4
Gambar 1.2 Unggahan Instagram @rcohuang.....	5
Gambar 1.3 Kolom Komentar Instagram @rcohuang.....	6
Gambar 1.4 TikTok dan Instagram Dinda Rahmawatis	7
Gambar 1.5 Profile Dinda Rahmawatis sebagai <i>Founder</i> @fazzaacademy.....	8
Gambar 1.6 Unggahan Instagram @dindarahmawatis	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Profile Instagram @dindarahmawatis.....	50
Gambar 4.2 Unggahan Prestasi @dindarahmawatis.....	51
Gambar 4.3 Unggahan <i>Quotes by</i> @dindarahmawatis.....	52
Gambar 4.4 Unggahan Dinda sebagai talent di Khazannah Trans7.....	53
Gambar 4.5 Unggahan Dinda sebagai juri di <i>event</i> model hijab.....	53
Gambar 4.6 Highlights Fazza Academy di @dindarahmawatis.....	54
Gambar 4.7 Dinda Rahmawatis.....	55
Gambar 4.8 Highlights Fazza Academy di @ghanis21.....	56
Gambar 4.9 Ghanis Amanda.....	57
Gambar 4.10 Aprilia L Thamrin.....	58
Gambar 4.11 Bilqis Fadhilla Rahman.....	58
Gambar 4.12 Pratiwi Ambarwati M.Si.....	59
Gambar 4.13 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	60
Gambar 4.14 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	61
Gambar 4.15 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	61
Gambar 4.16 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	62
Gambar 4.17 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	62
Gambar 4.18 Unggahan <i>Feeds</i> Hiburan.....	62
Gambar 4.19 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	63
Gambar 4.20 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	63
Gambar 4.21 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	64
Gambar 4.22 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	64
Gambar 4.23 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	64
Gambar 4.24 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	65
Gambar 4.25 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	65
Gambar 4.26 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	66
Gambar 4.27 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	66

Gambar 4.28 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	67
Gambar 4.29 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	67
Gambar 4.30 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	68
Gambar 4.31 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	68
Gambar 4.32 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	69
Gambar 4.33 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	69
Gambar 4.34 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	70
Gambar 4.35 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	70
Gambar 4.36 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	71
Gambar 4.37 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	71
Gambar 4.38 Instastory pada sorotan.....	72
Gambar 4.39 Unggahan Instagram TV.....	73
Gambar 4.40 Poster <i>Live</i> Instagram Dinda.....	75
Gambar 4.41 Awal Karir Dinda.....	81
Gambar 4.42 Unggahan <i>Feeds</i> Kolaborasi.....	86
Gambar 4.43 Bio Instagram Dinda.....	87
Gambar 4.44 Unggahan Pengakuan Profesi dan Pengalaman.....	88
Gambar 4.45 Unggahan Pengakuan Profesi dan Pengalaman.....	89
Gambar 4.46 Unggahan Pengakuan Profesi dan Pengalaman.....	89
Gambar 4.47 Unggahan Dinda sebagai <i>CEO</i> Fazza Academy.....	91
Gambar 4.48 Kolom Komentar Unggahan <i>Feeds</i> Instagram.....	93
Gambar 4.49 Unggahan Keseruan Kegiatan Fazza Academy.....	94
Gambar 4.50 Sapaan Khusus untuk Para <i>Followers</i>	95
Gambar 4.51 Contoh <i>Instastory</i> Dinda.....	97
Gambar 4.52 Unggahan Interaksi Dinda dengan <i>Followers</i>	103
Gambar 4.53 <i>Caption</i> Unggahan <i>Feeds</i> Dinda.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya dan Pernyataan Kebauran.....	24
Tabel 3.1 Data Informan	44
Tabel 3.2 Operasional Konsep.....	48