



**"PENGARUH PERSONAL BRANDING AKUN
TIKTOK @DICTIONAREI TERHADAP
PENGOPTIMALAN PENDAPATAN TIKTOK
AFFILIATE BAGI FOLLOWERS"**

(Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun
Tiktok @Diktionarei)

TUGAS AKHIR

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun oleh :

ARSYFA RAZKY PUTRI GUNAWAN

44222010184

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2026



**"PENGARUH PERSONAL BRANDING AKUN TIKTOK
@DICTIONAREI TERHADAP PENGOPTIMALAN
PENDAPATAN TIKTOK AFFILIATE BAGI FOLLOWERS"**

(Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun Tiktok
@Diktionarei)

TUGAS AKHIR

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

ARSYFA RAZKY PUTRI GUNAWAN

44222010184

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arsyfa Razky Putri Gunawan
NIM : 44222010184
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Personal Branding Akun Tiktok @Dictionarei Terhadap Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate Bagi Followers”(Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun Tiktok @Diktionarei) adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta,


M. 12EANX025119417
Arsyfa Razky Putri Gunawan

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Arsyfa Razky Putri Gunawan

NIM : 44222010184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Personal Branding Akun Tiktok @Dictionarei Terhadap Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate Bagi Followers (Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun Tiktok @Dictionarei)” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Januari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 30%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

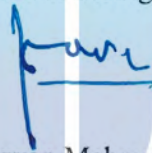
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arsyfa Razky Putri Gunawan
NIM : 44222010184
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Personal Branding Akun Tiktok
@Dictionarei Terhadap Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate Bagi Followers
(Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun Tiktok @Dictionarei)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 30 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si)
NIDN/NUPTK:0311036703

U N I V E R S I T A S

M E R C U B U A N A

Jakarta, 13 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si).
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK:0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Personal Branding Akun Tiktok @Dictionarei Terhadap Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate bagi Followers (Survei Terhadap Followers Reizuka Ari dalam Akun Tiktok @Dictionarei)”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, nasehat dan bantuan, serta do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu dibagian administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang bersedia membantu segala urusan administrasi.
6. Kedua orang tua penulis yaitu Mami Fauziah dan Papi Bobby Gunawan yang telah membuat penulis sangat semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Tante Om serta nenek dari penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan penelitian ini

8. Teman terdekat penulis, Dzulfikar. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat dan bantuan pada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, 10 Desember 2025

Penulis

Arsyfa Razky Putri Gunawan

44222010184



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Arsyfa Razky Putri Gunawan
NIM : 44222010184
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Personal Branding Akun Tiktok @Dictionarei Terhadap Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate Bagi Followers (Survei Terhadap Followers Reizuka Ari Dalam Akun Tiktok @Diktionarei)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,

Yang menyatakan,

Arsyfa Razky Putri Gunawan

ABSTRAK

Nama : Arsyfa Razky Putri Gunawan

NIM : 44222010184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengaruh Personal Branding Akun TikTok @Dictionarei terhadap Pengoptimalan Pendapatan TikTok Affiliate bagi Followers**

Pembimbing : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

Personal branding menjadi salah satu strategi komunikasi digital yang banyak digunakan oleh kreator konten untuk membangun citra, meningkatkan kepercayaan audiens, serta memengaruhi keputusan pengguna TikTok, termasuk dalam memanfaatkan fitur TikTok Affiliate sebagai sumber pendapatan. Akun TikTok @Dictionarei milik Reizuka Ari dikenal melalui gaya komunikasi yang khas dan konten edukatif mengenai dunia kerja serta perencanaan karier. Namun, peningkatan jumlah pengguna TikTok yang memanfaatkan fitur affiliate menuntut adanya pemahaman lebih mengenai sejauh mana personal branding kreator dapat memengaruhi motivasi dan kemampuan followers dalam mengoptimalkan pendapatan melalui TikTok Affiliate.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan metode penelitian survei dan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah followers @Dictionarei, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik Probability Sampling dan metode Simple Random Sampling. Instrumen penelitian diuji menggunakan Uji Reliabilitas, Validitas, Regresi Linier Sederhana, Uji T, serta Koefisien Determinasi dengan bantuan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Personal Branding (X) terhadap Pengoptimalan Pendapatan TikTok Affiliate (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar $14.852 > t$ tabel 1.987 dengan nilai signifikansi $0,000$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,692$ menunjukkan bahwa personal branding memberikan kontribusi sebesar $69,2\%$ terhadap pengoptimalan pendapatan TikTok Affiliate, sedangkan sisanya sebesar $30,8\%$ dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, personal branding yang kuat dan konsisten mampu mendorong followers untuk lebih percaya, memahami, dan termotivasi dalam memanfaatkan program TikTok Affiliate sebagai sumber pendapatan.

Kata Kunci: Personal Branding, TikTok Affiliate, Pendapatan, @Dictionarei

ABSTRACT

Name : Arsyfa Razky Putri Gunawan
Student Number : 44222010184
Study Program : Communication Science
Thesis Title : The Influence of Personal Branding of TikTok Account @Dictionarei on the Optimization of TikTok Affiliate Income Among Followers
Supervisor : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

Personal branding has become one of the most widely used digital communication strategies among content creators to build their image, gain audience trust, and influence user decisions particularly in utilizing TikTok Affiliate as a source of income. The TikTok account @Dictionarei, owned by Reizuka Ari, is known for its distinctive communication style and educational content related to career preparation and workplace insights. However, the increasing number of TikTok users who rely on affiliate programs raises the need to understand how strongly a creator's personal branding influences followers' motivation and ability to optimize income through TikTok Affiliate.

This research adopts a positivist paradigm using a survey method and a quantitative approach. The population in this study consists of followers of @Dictionarei, with a total sample of 100 respondents selected through Probability Sampling and the Simple Random Sampling technique. The research instrument was tested using Reliability Test, Validity Test, Simple Linear Regression, T-Test, and Coefficient of Determination with the assistance of SPSS version 22.

The results indicate a significant influence between Personal Branding (X) and TikTok Affiliate Income Optimization (Y). This is evidenced by a t-value of 14.852, which is greater than the t-table value of 1.987 with a significance level of 0.000, indicating that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.692 shows that personal branding contributes 69.2% to the optimization of TikTok Affiliate income, while the remaining 30.8% is influenced by other variables outside the study. These findings suggest that strong and consistent personal branding can effectively enhance followers' trust, understanding, and motivation in utilizing TikTok Affiliate as a potential source of income.

Keywords : *Personal Branding, TikTok Affiliate, Income Optimization, @Dictionarei.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.2 Public Relations.....	21
2.2.3 New Media	22
2.2.4 Personal Branding	22
2.2.5 Media Sosial	26
2.2.6 Tiktok	26

2.2.7	Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate	27
2.3	Hipotesis Teori	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....		32
3.1	Paradigma Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel	34
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	35
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	37
3.4.1	Definisi Konsep	37
3.4.2	Operasional Konsep	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1	Data Primer.....	39
3.5.2	Data Sekunder	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Uji Koefisien Determinasi.....	43
3.7.2	Uji Regresi Linier Sederhana	44
3.7.3	Uji-t	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Identitas Responden	48
4.2.2	Data variable X Personal Branding	50
4.2.3	Data Variabel Y Pengoptimalan Pendapatan Tiktok Affiliate	56
4.3	Hasil Uji Kualitas Data	63
4.3.1	Uji Regresi Linier Sederhana	63
4.3.2	Uji Korelasi	64

4.3.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	66
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	66
4.4 Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Operasional Konsep	38
Tabel 3.2	Skala Likert	39
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Personal Branding (X)	41
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Pengoptimalan Pendapatan TikTok Affiliate (Y). 41	
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Personal Branding (X).....	43
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Pengoptimalan Pendapatan Tiktok (X).....	43
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2	Usia Responden.....	48
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.5	Anda pernah melihat konten tiktok Reizuka yang Berkaitan dengan Tiktok Affiliate	50
Tabel 4.6	Anda pernah mengikuti atau mencoba tiktok Affiliate Setelah Melihat Konten Reizuka.....	50
Tabel 4.7	Indikator Pertanyaan	51
Tabel 4.8	Indikator Pertanyaan	51
Tabel 4.9	Indikator Pertanyaan	52
Tabel 4.10	Indikator Pertanyaan	52
Tabel 4.11	Indikator Pertanyaan	53
Tabel 4.12	Indikator Pertanyaan	53
Tabel 4.13	Indikator Pertanyaan	54
Tabel 4.14	Indikator Pertanyaan	54
Tabel 4.15	Indikator Pertanyaan	55
Tabel 4.16	Total Skor Personal Branding (X).....	56
Tabel 4.17	Indikator Pertanyaan	56
Tabel 4.18	Indikator Pertanyaan	57
Tabel 4.19	Indikator Pertanyaan	58
Tabel 4.20	Indikator Pertanyaan	58

Tabel 4.21 Indikator Pertanyaan	59
Tabel 4.22 Indikator Pertanyaan	59
Tabel 4.23 Indikator Pertanyaan	60
Tabel 4.24 Indikator Pertanyaan	61
Tabel 4.25 Indikator Pertanyaan	61
Tabel 4.26 Indikator Pertanyaan	62
Tabel 4.27 Total Skor Pengoptimalan Pendapatan TikTok Affiliate (Y)	63
Tabel 4.28 Tabel Coefficients ^a	64
Tabel 4.29 Interval Koefisien.....	65
Tabel 4.30 Hasil Uji Korelasi.....	65
Tabel 4.31 Uji Hipotesis (Uji T)	66
Tabel 4.32 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 TikTok	5
Gambar 1.2 Pengguna tiktok.....	5
Gambar 1.3 Komentar tiktok	9
Gambar 1.4 Komentar Tiktok	9
Gambar 1.5 Komentar Tiktok	9
Gambar 3.1 Populasi (Reizuka Ari)	33
Gambar 4.1 Profile Tiktok Reizuka Ari	46

