



**STRATEGI PERSONAL BRANDING @SAVIRASAVV
MELALUI UPAYA SEBAGAI KONTEN KREATOR DI
MEDIA SOSIAL**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Disusun oleh :

MEGA ANATASYA

44122010088

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FALKUTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**STRATEGI PERSONAL BRANDING @SAVIRASAVV
MELALUI UPAYA SEBAGAI KONTEN KREATOR DI
MEDIA SOSIAL**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

MEGA ANATASYA S
44122010088
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FALKUTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Anatasya

NIM : 44122010088

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Strategi Personal Branding @Savirasavv Melalui Upaya Sebagai Konten Kreator di Media Sosial” 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.

Jakarta, 9 Januari 2025


Mega Anatasya

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Mega Anatasya
NIM : 44122010088
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Dengan judul “ Strategi Personal Branding @Savirasavv Melalui Upaya Sebagai Konten Kreator di Media Sosial”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 7 Januari 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Januari 2025
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 : Mega Anatasya
NIM : 44122010088
Fakultas/Program Studi. : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir. : Strategi Personal Branding @Savirasavv Melalui
Upaya Sebagai Konten Kreator Di Media Sosial

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 Desember 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

(Afgiansyah, S.Sos., M.Com)
0315018004

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Desember 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)
0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Strategi Personal Branding @Savirasavv Sebagai Konten Kreator di Media Sosial Instagram”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Ilmu Komunikasi bidang studi Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dorongan dan support dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Afgiansyah, S.Sos, M.Comm, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya serta kesabarannya dalam membimbing dan mengingatkan serta mendorong penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Bapak Prof. Dr.Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Farid Hamid Umarella, Dr.M.Si, selaku Ketua Program Studi Broadcasting
5. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed, selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi
6. Ayah, Ibu, Mbak Tamie, Alm. Abang Ricky dan Dd Tika, terima kasih atas cinta, doa, dan pelukan yang selalu menjadi rumah paling tenang dan hangat bagi saya, tempat saya kembali menemukan kekuatan setiap kali merasa

lelah.

7. Untuk Alm. Indah, terima kasih atas jejak kebaikan dan persahabatan yang pernah kita lalui. Meski kini kita tak lagi bersama, kehadiranmu tetap hidup dalam setiap doa dan kenangan yang menguatkan.
8. Najwa, Bimo, Nauval, Iki, Azkal, Awan, Safira, terima kasih sudah menemani proses ini dengan ketulusan dan kehadiran yang selalu menguatkan
9. Dan untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah bertahan, bangkit, dan terus melangkah meski perjalanan ini tidak selalu mudah. Terima kasih karena tidak menyerah pada hari-hari yang berat dan tetap percaya bahwa setiap usaha, sekecil apapun, membawa saya pada titik ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi para pembacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Desember 2025 Peneliti

Mega Anatasya

NIM: 44122010088

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Mega Anatasya
NIM : 44122010088
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Personal Branding @Savirasavv Melalui Upaya Sebagai Konten Kreator di Media Sosial

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, 9 Januari 2025


MEGA ANATASYA

ABSTRAK

Nama : Mega Anatasya
NIM : 44122010088
Program Studi. : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi. : Strategi Personal Branding @Savirasavv Melalui Upaya Sebagai Konten Kreator Di Media Sosial
Pembimbing : Afgiansyah, S.Sos., M.Com

Media sosial memungkinkan individu membangun citra diri melalui konten digital, termasuk dalam ranah parenting. Instagram menjadi ruang bagi kreator untuk berbagi pengalaman dan membangun kedekatan dengan audiens. Dari fenomena tersebut, penelitian ini menganalisis strategi personal branding akun @Savirasavv, yang konsisten menampilkan konten pengasuhan dan kehidupan keluarga.

Teori Personal Branding Peter Montoya digunakan untuk melihat penerapan delapan konsep branding dalam konten dan interaksi akun. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana identitas digital dibentuk melalui narasi, visual, dan gaya komunikasi.

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi akun, wawancara empat informan secara purposive, serta dokumentasi unggahan. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan yang didukung triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding akun Instagram @Savirasavv dibangun melalui konsistensi tema parenting, narasi personal yang dekat dengan pengalaman sehari-hari, serta pemanfaatan beragam format konten. Pendekatan ini mendorong interaksi aktif dengan audiens, sehingga tercipta kedekatan emosional dan kepercayaan, serta membentuk identitas digital yang autentik dan bercitra positif.

Kata Kunci: *Personal Branding Strategy, Content Creator, Social Media, Savira, Working Mother*

ABSTRACT

Name : Mega Anatasya
NIM : 44122010088
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Report Title : *The Personal Branding Strategy of @savirasavv through Efforts as a Social Media Content Creator*
Advisor : Afgiansyah, S.Sos., M.Com

Social media enables individuals to construct their self-image through digital content, including within the parenting niche. Instagram has become a platform where creators share experiences and build emotional connections with their audience. Based on this phenomenon, this study analyzes the personal branding strategy of the Instagram account @Savirasavv, which consistently presents parenting and family-related content.

Peter Montoya's Personal Branding Theory is used to examine the application of eight key branding concepts within the account's content and audience interactions. This theoretical approach helps explain how digital identity is shaped through narrative style, visual consistency, and communication patterns.

This research employs a descriptive qualitative method through account observation, purposive interviews with four informants, and content documentation. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, supported by source triangulation.

The findings show that the personal branding of the Instagram account @Savirasavv is built through consistent parenting-related themes, personal narratives closely connected to everyday experiences, and the use of various content formats. This approach encourages active interaction with the audience, fostering emotional closeness and trust, while shaping an authentic digital identity and a positive public image.

Keywords: *Personal Branding Strategy, Content Creator, Social Media, Savira, Working Mother*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN.....	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	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.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Personal Branding.....	17
2.2.2. Konsep Personal Branding.....	18
2.4. Strategi Konten.....	22
2.5. Konten	23

2.6. Konten Kreator	25
2.7. Media Baru	26
2.8. Media Sosial	27
2.8.1 Karakteristik Media Sosial	29
2.8.1. Fungsi Media Sosial.....	30
2.8.2. Jenis-Jenis Media Sosial	31
2.9. Instagram	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Paradigma Penelitian.....	37
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.3. Subjek Penelitian	39
3.3.1. Key Informan	39
3.3.2. Informan Pendukung	40
3.4. Objek Penelitian	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Periode Penelitian.....	45
3.7. Teknik Analisis Data	45
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Gambaran Umum	49
4.1.1. Profil Akun Instagram Baby Tanisa Savira Btary	49
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.3. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran	87
5.2.1. Saran Akademis.....	87

5.2.2. Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.3. 1Key Informan	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Analisis Media Sosial	2
Gambar 4. 1 Profil akun sosial media @Savirasavv 24 Maret 2025.	49
Gambar 4. 2 Instagram Engagement Rate Akun @Savirasavv	51
Gambar 4. 3 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	55
Gambar 4. 4 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	58
Gambar 4. 5 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	61
Gambar 4. 6 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	63
Gambar 4. 7 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	65
Gambar 4. 8 Unggahan konten pada Instagran @Savirasaavv	69
Gambar 4. 9 Komentar pada unggahan akun Instagram @Savirasaavv	72
Gambar 4. 10 Komentar pada unggahan akun Instagram @Savirasaavv	73
Gambar 4. 11 Kerja sama pada unggahan akun Instagram @Savirasaavv	74