



**RESEPSI *FOLLOWERS* MENGENAI *PERSONAL BRANDING*
VERRELL BRAMASTA SEBAGAI POLITISI MUDA DI
INSTAGRAM @BRAMASTAVRL**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**GYA ROSILAWATI
44222010040**

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**



**RESEPSI *FOLLOWERS* MENGENAI *PERSONAL BRANDING*
VERRELL BRAMASTA SEBAGAI POLITISI MUDA DI
INSTAGRAM @BRAMASTAVRL**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Starta 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

**U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA
GYA ROSILAWATI
44222010040**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gya Rosilawati
NIM : 44222010040
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

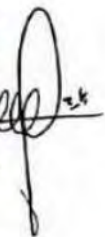
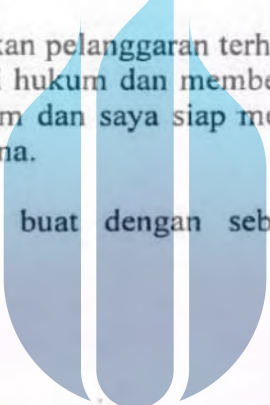
“Resepsi Followers Mengenai *Personal branding* Verrell Bramasta Sebagai Politisi Muda Di Instagram @Bramastavr1.” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

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, 13 Februari 2026

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Gya Rosilawati

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

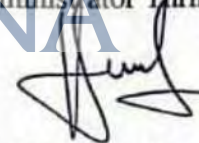
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Gya Rosilawati
NIM : 44222010040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Resepsi Followers Mengenai Personal branding Verrell Bramasta Sebagai Politisi Muda Di Instagram @Bramastavr1, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 6%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Februari 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

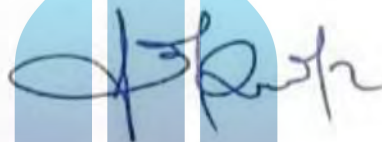
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Gya Rosilawati
NIM : 44222010040
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi *Followers* Mengenai *Personal branding*
Verrel Bramasta Sebagai Politisi Muda Di Instagram
@bramastavrl

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 4 Februari 2026 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



Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom, M.Ikom
NIDN/NUPTK. 0303078802

Jakarta, 13 Februari 2026

UNIVERSITAS
Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahamad Mulyana, M.Si

NIDN/NUPTK. 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

NIDN/NUPTK. 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya, Peneliti dapat melakukan penelitian untuk kemudian Menyusun Laporan Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul “Analisis Resepsi Followers Mengenai *Personal branding* Verrell Bramasta Bramasta Sebagai Politisi Muda Di Instagram.”

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Laporan Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang. Penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dengan peminatan Public Relations. Adapun selama pembuatan Laporan Skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini. yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, memberikan

saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi ini.

5. Terima kasih kepada ibu Novi Erlita, S.Sos, MA selaku ketua sidang
6. Terima kasih kepada ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo SH, M.Si selaku dosen penguji ahli
7. Terima kasih kepada kedua orangtua peneliti Bapak Orbit dan Ibu Rosida yang senantiasa memberikan support dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
8. Terima kasih kepada om dan tante yang senantiasa memberikan dukungan finansial serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
9. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.
10. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
11. Seluruh key informan dan informan penelitian ini (resepisi followers mengenai *personal branding* Verrell Bramasta bramasta sebagai politisi muda di instagram @bramastavr1) yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber dalam Laporan Skripsi yang disusun oleh peneliti.
12. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Gya Rosilawati, atas ketekunan, kedisiplinan, dan komitmen akademik dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis berharap laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 13 Februari 2026

Gya rosilawati

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Gya Rosilawati

NIM : 44222010040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Resepsi *Followers* Mengenai *Personal branding* Verrel

Bramasta Sebagai Politisi Muda Di Instagram @bramastavr1

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, 13 Februari 2026
Yang menyatakan,


Gya Rosilawati

RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI *PERSONAL BRANDING* VERRELL BRAMASTA SEBAGAI POLITISI MUDA DI INSTAGRAM @BRAMASTAVRL

GYA ROSILAWATI

ABSTRAK

Personal branding merupakan cara seseorang membentuk dan menampilkan citra dirinya di mata publik, khususnya melalui media digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana followers memaknai *personal branding* Verrell Bramasta sebagai politisi muda melalui akun Instagram @bramastavrl.

Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall yang menjelaskan proses penerimaan pesan melalui tiga posisi, yaitu hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep *personal branding* Peter Montoya yang meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan sepuluh followers aktif akun Instagram @bramastavrl, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi unggahan Instagram. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi hegemonik dominan, yaitu menerima *personal branding* Verrell Bramasta secara positif dan utuh sesuai dengan konten yang ditampilkan. Sebagian informan berada pada posisi negosiasi karena menyesuaikan pesan yang diterima dengan pengalaman dan pandangan pribadi. Sementara itu, beberapa informan berada pada posisi oposisi karena menilai *personal branding* yang ditampilkan belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi dan fokus isu yang diharapkan.

Kata Kunci : *Personal branding* , Instagram, Resepsi khalyak

RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI *PERSONAL BRANDING* VERRELL BRAMASTA SEBAGAI POLITISI MUDA DI INSTAGRAM @BRAMASTAVRL

GYA ROSILAWATI

ABSTRACT

Personal branding is the way individuals build and present their public image, especially through digital media. This study aims to examine and analyze how followers interpret the personal branding of Verrell Bramasta as a young politician through the Instagram account @bramastavrl. This study applies Stuart Hall's Reception Theory, which explains the process of message interpretation through three positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. In addition, this research refers to Peter Montoya's personal branding concepts, including specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill.

This study uses a constructivist paradigm with a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with ten active followers of the Instagram account @bramastavrl and supported by observation and documentation of Instagram posts. Data validity was ensured through source triangulation.

The results show that most informants are in the dominant-hegemonic position, meaning they positively and fully accept Verrell Bramasta's personal branding as presented in his Instagram content. Some informants are in the negotiated position, as they adjust the messages they receive to their personal experiences and perspectives. Meanwhile, several informants are in the oppositional position because they believe that the personal branding presented is not fully aligned with their expectations and the focus of issues they expect.

Keywords: *Personal branding , Instagram, audience reception.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajiann Teori.....	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2 Komunikasi Politik	22
2.2.3 <i>Public Relations</i>	24
2.2.4 <i>Personal branding</i>	25
2.2.5 Media Sosial	27
2.2.6 Encoding- Decoding	27
2.2.7 Analisi Resepsi	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30

3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subyek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Analisis Data	36
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Profil Verrell Bramasta.....	40
4.1.2 Akun Instagram Verrell Bramasta	41
4.1.3 Analisis Video Akun Verrell Bramasta	42
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Identitas Informan.....	51
4.2.2 Analisis Resepsi Informan Mengenai Spesialisasi	55
4.2.3 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepemimpinan	60
4.2.4 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepribadian	65
4.2.5 Analisis Resepsi Informan Mengenai Perbedaan	71
4.2.6 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kenampakan	76
4.2.7 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kesatuan	81
4.2.8 Analisis Resepsi Informan Mengenai Keteguhan.....	87
4.2.9 Analisis Resepsi Informan Mengenai Nama Baik.....	93
4.3 Pembahasan.....	100
BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
5.2.1 Saran Akademis	115
5.2.2 Saran Praktis	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	119

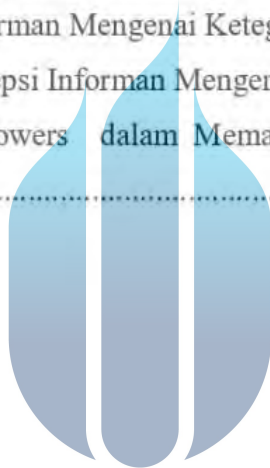
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Berita tentang artis yang di lantik sebagai politisi	2
Gambar 1. 2 Akun Instgarm Verrell Bramasta	3
Gambar 1. 3 Konten Pada Akun Verrell Bramasta Bramasta.....	4
Gambar 1. 4 komentar pada konten Verrell Bramasta Bramasta	5
Gambar 1. 5 Pengguna Media Sosial Instagram di indonesia.....	8
Gambar 4.1.1 1 Foto Verrell Bramasta Bramasta	40
Gambar 4.1.2 1 Foto Akun Instagram Verrell Bramasta	41
Gambar 4.1.3 1 Pendidikan Karakter dan Pembinaan Anak.....	42
Gambar 4.1.3 2 Pengangkatan sebagai Ketua Badan Kepemudaan dan Olahraga DPP PAN	43
Gambar 4.1.3 3 Mas Dewan Mode Kerja+ Olahraga	44
Gambar 4.1.3 4 Satu Tahun Menjalankan Amanah sebagai Wakil Rakyat	45
Gambar 4.1.3 5 Partisipasi dalam Forum Internasional	46
Gambar 4.1.3 6 Hari Kemerdekaan Republik IndonesiaHari Kemerdekaan Republik Indonesia.....	47
Gambar 4.1.3 7 Kenapa Sudah Jadi Artis Tapi Malah Masuk Politik	48
Gambar 4.1.3 8 Keterbukaan dan Transparansi Pemerintahan	49
Gambar 4.3 1 komentar dominan hegomonic	111
Gambar 4.3 2 komentar negosiasi	111
Gambar 4.3 3 kometar oposisi	112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Subyek Penelitian.....	33
Tabel 4.2.2 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Spesialisasi.....	59
Tabel 4.2.3 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepemimpinan	65
Tabel 4.2.4 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepribadian	70
Tabel 4.2.5 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Perbedaan.....	75
Tabel 4.2.6 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kenampakan	80
Tabel 4.2.7 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Kesatuan	86
Tabel 4.2.8 1 Resepsi Informan Mengenai Keteguhan	92
Tabel 4.2.9 1 Analisis Resepsi Informan Mengenai Nama Baik	98
Tabel 4.2.9 2 Posisi Followers dalam Memaknai Personal branding Verrell Bramasta Bramasta.....	99



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Transkrip Wawancara</i>	119
Lampiran 2 <i>CV</i>	181



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA