



**PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER
@DILLALJAIDI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Riza Salsabila Wijaya Putri

44222010030

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2026



**PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER
@DILLALJAIDI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

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

**UNIVERSITAS
Riza Salsabila Wijaya Putri
44222010030
MERCU BUANA**

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Salsabila Wijaya Putri
Nim : 44222010030
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Personal Branding Beauty Vlogger @dillaljaidi dalam Media Sosial Instagram”
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau atau hak pihak manapun.

Apabila dikemudian 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, 26 Februari 2026



Riza Salsabila Wijaya Putri

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Riza Salsabila Wijaya Putri

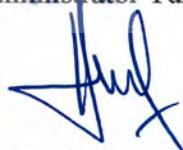
NIM : 44222010030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Personal Branding Beauty Vlogger @dillaljaidi Dalam Media Sosial Instagram”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 26 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 21%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 26 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 : Riza Salsabila Wijaya Putri
NIM : 44222010030
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Personal Branding Beauty Vlogger @dillaljaidi
dalam Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 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. Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0302097401

Jakarta, 25 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

NIDN/NUPTK: 0318116602

(Dr.Farid Hamle Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 031117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur pada Allah SWT dan Rasul-Nya atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Tugas akhir disusun dengan judul “Personal Branding Beauty Vlogger @dillaljaidi Dalam Media Sosial Instagram”. Adapun tujuan dari penulisan penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1), pada Bidang Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir tidak terlepas akan dukungan, motivasi, dan arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom., selaku Sekretaris Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Ketua Sidang Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan penilaian yang sangat bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom, M.I.Kom., selaku Penguji Ahli yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun terhadap tugas akhir ini.

8. Bapak/Ibu Dosen serta Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan bantuan terhadap penyusunan tugas akhir ini.
9. Para informan penelitian yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
10. Yang istimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Sukma dan Ibu Zara, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan motivasi, agar penulis dapat menyelesaikan masa studinya dengan baik.
11. Sahabat tercinta, Shafira Rifka Ramadhani dan Zhara Annisa, yang meskipun berada di kampus dan kota yang berbeda, namun tetap setia memberikan dukungan dan semangat selama perjalanan penulis mengerjakan penelitiannya.
12. Teman-teman seperjuangan, Amelia Putri dan Thalitha Zahra, yang telah saling mendukung dan berbagi ilmu selama masa pembelajaran akademik di kampus.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah turut memberikan kontribusi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penulisan tugas akhir ini. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan dan pengembangan lebih lanjut, agar karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak terkait.

Jakarta, 26 Februari 2026

Penulis,

Riza Salsabila Wijaya Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Riza Salsabila Wijaya Putri
NIM : 44222010030
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Personal Branding Beauty Vlogger @dillaljaidi dalam Media Sosial Instagram

Demi perkembangan 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 diatas 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, 26 Februari 2026

Yang menyatakan



Riza Salsabila Wijaya Putri

**PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER
@DILLALJAIDI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
RIZA SALSABILA WIJAYA PUTRI**

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong para *content creator* untuk membangun *personal branding* yang kuat guna menciptakan citra diri yang positif serta mempertahankan kepercayaan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *personal branding* yang dibangun oleh Dilla Jaidi sebagai *beauty vlogger* di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melibatkan enam informan, yang terdiri dari satu *key informan* yaitu Dilla Jaidi, satu orang tim Dilla Jaidi, dan empat orang *followers*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner menggunakan Google Forms. Analisis penelitian menggunakan delapan konsep *personal branding* dari Peter Montoya, yaitu spesialisasi (*The Law of Specialization*), kepemimpinan (*The Law of Leadership*), kepribadian (*The Law of Personality*), perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), terlihat (*The Law of Visibility*), kesatuan (*The Law of Unity*), keteguhan (*The Law of Persistence*), dan nama baik (*The Law of Goodwill*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh Dilla Jaidi di Instagram telah memenuhi kedelapan aspek tersebut secara konsisten, sehingga membentuk citra sebagai *beauty vlogger* yang edukatif, jujur, dan dipercaya oleh audiens maupun *brand*. Selain itu, *personal branding* tersebut juga didukung oleh pembentukan unsur brand yang meliputi tiga aspek, yaitu atribut (*attribute*), manfaat (*utility*), dan kepribadian (*personality*). Keberhasilan dalam membangun *personal branding* ini juga didukung oleh peran tim yang membantu dalam pengelolaan dan pengembangan konten.

Kata Kunci: *Personal Branding, Beauty Vlogger, Instagram*

**PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER
@DILLALJAIDI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
RIZA SALSABILA WIJAYA PUTRI**

ABSTRACT

The development of social media has encouraged content creators to build strong personal branding in order to create a positive self-image and maintain audience trust. This study aims to examine how personal branding is constructed by Dilla Jaidi as a beauty vlogger on Instagram. This research employs a descriptive qualitative method involving six informants, consisting of one key informant, namely Dilla Jaidi, one member of Dilla Jaidi's team, and four followers. Data collection techniques were conducted through interviews and questionnaires distributed via Google Forms. The analysis of this study applies the eight concepts of personal branding proposed by Peter Montoya, namely The Law of Specialization, The Law of Leadership, The Law of Personality, The Law of Distinctiveness, The Law of Visibility, The Law of Unity, The Law of Persistence, and The Law of Goodwill. The results show that the personal branding built by Dilla Jaidi on Instagram consistently fulfills all eight aspects, thereby shaping her image as an educational, honest, and trustworthy beauty vlogger for both audiences and brands. Furthermore, her personal branding is also supported by the formation of brand elements consisting of three aspects: attribute, utility, and personality. The success in building this personal branding is further supported by the role of her team in managing and developing content.

Keywords: *Personal Branding, Beauty Vlogger, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teoritis.....	20
2.2.1. Komunikasi.....	20
2.2.2. Public Relations	23
2.2.3. Personal Branding.....	24

2.2.4 New Media	26
2.2.5. Media Sosial	28
2.2.6. Instagram	29
2.2.7. Beauty Vlogger	31
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Paradigma Penelitian.....	33
3.2. Metode Penelitian.....	34
3.3. Subyek Penelitian.....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1. Data Primer	36
3.4.2. Data Sekunder.....	38
3.5. Teknik Analisis Data.....	38
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Profil Narasumber.....	41
4.1.2 Profil Informan.....	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Spesialisasi (The Law of Specialization).....	45
4.2.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>).....	49
4.2.3 Kepribadian (The Law of Personality)	53
4.2.4 Perbedaan (The Law of Distinctiveness).....	57
4.2.5 Terlihat (The Law of Visibility)	61
4.2.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	64
4.2.7 Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>).....	68
4.2.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	75
4.3 Pembahasan.....	78
4.3.1 Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk dan Mempertahankan Personal Branding Beauty Vlogger @dilaljaidi	79

4.3.2 Aspek Pembentuk Personal Branding yang di gunakan oleh Dilla Jaidi sebagai Beauty vlogger	81
4.3.3 Unsur Brand dalam Personal Branding Dilla Jaidi.....	86
BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
5.2 .1 Saran Akedemis	90
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Daftar Informan.....	44
Tabel 4. 2 Deskripsi Personal Branding Dilla Jaidi	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kenaikan Jumlah Pengguna Internet Dunia	2
Gambar 1.2 Data Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Profile Instagram @dillaljaidi	5
Gambar 1.4 Dilla Jaide, Beauty Vlogger Indonesia	6
Gambar 1.5 Konten Dilla Jaide Menggunakan Make Up Time Phoria.....	7
Gambar 1.6 Konten Dilla Jaide pada acara Wardah Beauty.....	8
Gambar 4.1 Unggahan Highlight Story & Feeds @dillaljaide	42
Gambar 4. 2 Bio Instagram @dillaljaide	48
Gambar 4. 3 Postingan Dilla Jaide dalam Aspek Kepemimpinan.....	52
Gambar 4. 4 Highlight Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Personality	56
Gambar 4. 5 Highlight Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Perbedaan.....	60
Gambar 4.6 Highlight Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Terlihat.....	63
Gambar 4.7 Reels Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Kesatuan.....	67
Gambar 4.8 Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Keteguhan 1	72
Gambar 4. 9 Highlight Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Keteguhan 2 ...	73
Gambar 4.10 Highlight Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Keteguhan 3 ..	73
Gambar 4. 11 Reels Story Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Keteguhan 4.....	74
Gambar 4.12 Komentar Konten Feeds Instagram Dilla Jaide Dalam Aspek Nama Baik	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Pertanyaan Informan.....	94
Lampiran 2. Data Google Forms & Transkrip Wawancara	98
Lampiran 3. Curriculum Vitae	130

