

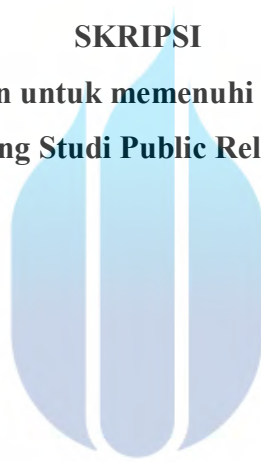


UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**ANALISIS PERSONAL BRANDING DIGITAL *SELEBRITI INSTAGRAM*  
(SELEBGRAM) PADA AKUN INSTAGRAM @saraaaahmad**

**SKRIPSI**

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat program S1  
Bidang Studi Public Relations**



UNIVERSITAS

**DESTA ARYA PUSPITA**

**44216110112**

**MERCU BUANA**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2020**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS


**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

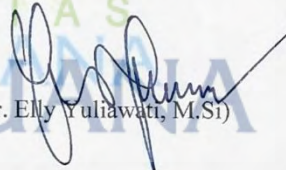
Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram)  
pada Akun Instagram @saraaahmad  
Nama : Desta Arya Puspita  
Nim : 44216110112  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 28 September 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

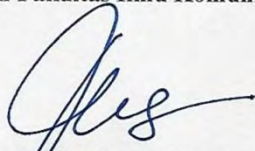
**Ketua Bidang Public Relations**

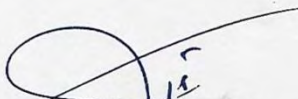
  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

  
(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
(Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram)  
pada Akun Instagram @saraaahmad  
Nama : Desta Arya Puspita  
Nim : 44216110112  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 28 September 2020

Ketua Sidang  
(Anindita, M.Ikom)

UNIVERSITAS (.....)

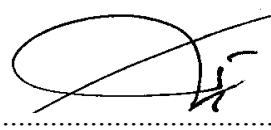
MERCU BUANA

Penguji Ahli  
(Siti Muslichatul, M.Ikom)



(.....)

Pembimbing  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



(.....)

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram)  
pada Akun Instagram @saraaahmad

Nama : Desta Arya Puspita

Nim : 44216110112

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 28 September 2020  
Mengetahui,  
Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Desta Arya Puspita  
Nim : 44216110112  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram) pada Akun Instagram @saraahmad adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 28 September 2020

Yang membuat pernyataan,



(Desta Arya Puspita)

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Desta Arya Puspita  
44216110112

Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram) pada Akun Instagram @saraaaahmad”.

Bibliografi : 5 Bab 119 hal + Lampiran + 21 Buku + 13 Internet + 8 Jurnal Penelitian

### ABSTRAK

Pada era digital sekarang ini, seseorang yang bukanlah siapa-siapa dapat menjadi terkenal melalui usaha memanfaatkan media sosial Instagram sehingga menjadi selebgram dengan membangun personal branding. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui bentuk personal branding digital yang digunakan oleh Sarah Ahmad serta untuk mengetahui cara Sarah Ahmad selaku Selebriti Instagram (Selebgram) menerapkan dan mempertahankan personal branding digital tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori Montoya & Vandehey mengenai tiga elemen utama pembentukan personal brand. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivistik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, sehingga diutamakan berdasarkan pengalaman narasumber. Data yang dimasukkan adalah data hasil wawancara, observasi pada akun Instagram subjek penelitian dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian memperlihatkan bentuk personal branding digital Sarah Ahmad selaku Selebriti Instagram (Selebgram) di Indonesia yaitu inspirasi dibidang bisnis sebagai wirausahawati sukses dan motivator pada masalah perundungan (*bullying*). Cara Sarah menerapkan personal brandingnya dengan menceritakan motivasi dibidang perundungan dan wirausahawati secara terus menerus di Instagramnya dengan konsisten selama tiga tahun. Sarah mempertahankan personal brandingnya dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan publiknya yaitu pengikutnya di Instagram.

Kata kunci : Sarah Ahmad, Selebgram, Personal Branding, Instagram.



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Public Relations  
Desta Arya Puspita  
44216110112

Analysis of Instagram Celebrity Digital Personal Branding (Selebgram) on Instagram Account @saraaaahmad.

Bibliography: 5 Chapters 119 pages + Appendix + 21 Books + 13 Internet + 8 Research Journals

## ABSTRACT

In today's digital era, someone who is a nobody can become famous through efforts to utilize social media Instagram to become a celebrity by building personal branding. The purpose of the research is to determine the form of digital personal branding used by Sarah Ahmad and to find out how Sarah Ahmad as an Instagram Celebrity (Selebgram) applies and maintains this digital personal branding.

This research uses Montoya & Vandehey's theory regarding the three main elements of forming a personal brand. The research method used is qualitative with a constructivist paradigm. This research uses a case study research method, so it is prioritized based on the experience of the informants. The data entered is data from interviews, observations on Instagram accounts of research subjects and literature study.

The results of the study show that Sarah Ahmad's digital personal branding as an Instagram celebrity (Selebgram) in Indonesia is an inspiration in the business sector as a successful entrepreneur and a motivator for bullying. Sarah's way of implementing her personal branding is by sharing her motivation in the field of bullying and self-employment continuously on her Instagram consistently for three years. Sarah maintains her personal branding by establishing good communication with her public, namely her followers on Instagram.

Keywords: Sarah Ahmad, Selebgram, Personal Branding, Instagram



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih nya, telah memberikan kesehataan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I (S1) pada Program Bidang Studi *Public Realtions* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang berjudul “**Analisis Personal Branding Digital Selebriti Instagram (Selebgram) pada Akun Instagram @saraaaahmad**”.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, peneliti berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan Skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki, serta berkat bantuan dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dan dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan membantu segala kesulitan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua ilmu, usaha, waktu dan tenaga yang Bapak berikan kepada peneliti.
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu buana.
4. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu mereka kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh pihak dan karyawan kampus Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti selama masa kuliah di Universitas Mercu Buana.
6. Sarah Ahmad Almusaiter selaku narasumber penelitian ini.
7. Yang tercinta Ibunda peneliti Lilik Setyawati atas doa dan dukungannya.
8. Adik-adik peneliti tercinta Wisnu Arya Dwiputra dan Untai Sekar Kinasih atas doa, semangat dan dukungannya.



9. Sahabat peneliti Yulitasari atas doa, dukungan, semangat dan kebaikannya selama masa perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
10. Teman-teman seperjuangan Angkatan 29 jurusan Public Relations Reguler 2.
11. Rd. Gustian Mersa Pradana, sahabat peneliti yang telah menjadi jembatan antara peneliti dan narasumber juga memberi peneliti semangat, doa dan dukungan.
12. Sahabat-sahabat dan saudara peneliti yang selalu ada untuk mendukung, mendoakan dan menemani peneliti selama masa penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Peneliti juga mohon maaf pada semua pihak apabila terdapat kekurangan dan kekeliruan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita semua dalam perlindungan Tuhan Yang Maha Esa.

Jakarta, 22 September 2020



Desta Arya Puspita



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR MATRIKS</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.1.1 <i>Personal Branding in Online Platform</i> .....	11
2.1.2 Strategi Personal Branding di Media Sosial Twitter.....	12
2.1.3 Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari.....	12
2.1.4 <i>Branding Yourself: A Necessity?</i> .....	13
2.1.5 Personal Branding Selebgram Balita Tatan (@jrsugianto).....	13
2.2 Kajian Teoritis	
2.2.1 <i>New Media</i> (Media Baru) .....	18
2.2.1.1 Internet Sebagai Bentuk Media Baru.....	19
2.2.1.2 Media Sosial Sebagai Aplikasi Internet.....	20
2.2.1.3 Instagram Sebagai Aplikasi Media Sosial .....	22
2.2.2 Instagram	24
2.2.2.1 Sejarah Instagram	24
2.2.2.2 Logo Instagram.....	25
2.2.2.3 Fitur pada Instagram.....	27
2.2.3 CMC ( <i>Computer Mediated Communication</i> ) .....	29
2.2.4 Manajemen Kesan ( <i>Impression Management</i> ) .....	30
2.2.4.1 Presentasi Diri	31
2.2.4.2 <i>Situated Social Identity</i> .....	32
2.2.4.3 Model Manajemen Kesan .....	32
2.2.5 Interaksi Sosial Dunia Maya .....	34
2.2.6 Identitas Virtual.....	35
2.2.7 Personal Branding.....	36
2.2.7.1 Elemen Pembentukan Personal Brand .....	39
2.2.8 Selebriti Instagram (Selebgram) .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran .....	42

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian .....	45
3.3 Subyek Penelitian .....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder.....	49
3.5 Teknik Analisa Data .....	50
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	51
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1 Profil Sarah Ahmad.....	52
4.1.2 Identitas Informan.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Instagram Sebagai Platform yang Digunakan.....	55
4.2.2 Latar Belakang Menjadi Selebgram.....	56
4.2.3 Personal Branding Selebgram Sarah Ahmad	
4.2.3.1 Positioning Personal Branding Selebgram Sarah Ahmad.....	59
4.2.3.2 Sisi Berbeda Sarah Ahmad dari Selebgram Lain.....	62
4.2.3.3 Proses Pembentukan Personal Branding Sarah Ahmad.....	64
4.2.3.4 Mempertahankan Personal Branding Sarah Ahmad.....	66
4.2.3.5 Hasil Personal Branding Selebgram Sarah Ahmad.....	67
4.2.3.6 Fitur yang Digunakan di Instagram.....	69
4.2.4 Perspektif Khalayak Sarah Ahmad.....	82
4.3 Pembahasan.....	85
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Akademis.....	92
5.2.2 Saran Praktis.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	97-110

## DAFTAR MATRIKS

	Halaman
Matriks 2.1    Penelitian Terdahulu.....	14
Matriks 2.2    Kerangka Berpikir.....	43
Matriks 4.1    Proses Personal Branding Sarah Ahmad.....	85



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Top Selebgram Indonesia..... 5
Gambar 1.2	<i>Most popular social networks worldwide as of April 2020</i> ..... 5
Gambar 1.3	<i>Instagram users in Indonesia April 2020</i> ..... 7
Gambar 1.4	<i>Internet Users in the world</i> ..... 8
Gambar 2.1	Unggahan Pertama di Instagram .....25
Gambar 2.2	Perubahan Logo Instagram..... 26
Gambar 2.3	Tampilan Logo Baru Instagram, Layout, Boomerang, & Hyperlapse .....27
Gambar 2.4	Tiga dimensi utama pembentuk Personal Branding ..... 38
Gambar 3.1	<i>Key Informan</i> (Sarah Ahmad Almusaiteer) ..... 47
Gambar 3.2	Bukti Informan 2 mengikuti Instagram Sarah Ahmad..... 47
Gambar 3.3	Bukti Informan 3 mengikuti Instagram Sarah Ahmad.....48
Gambar 3.4	Bukti Informan 4 mengikuti Instagram Sarah Ahmad..... 48
Gambar 4.1	Tampilan Akun Instagram Sarah Ahmad..... 53
Gambar 4.2	Konten Video Inspirasi Wirausaha Sarah Ahmad..... 60
Gambar 4.3	Konten Foto Inspirasi Wirausaha Sarah Ahmad..... 61
Gambar 4.4	Konten Foto Motivasi Perundungan Sarah Ahmad..... 62
Gambar 4.5	Gambar Instagram Story..... 70
Gambar 4.6	Gambar Question Stiker..... 70
Gambar 4.7	Layar Tangkap Instagram Story Sarah..... 71
Gambar 4.8	Tangkapan Layar Question Sticker Sarah..... 72
Gambar 4.9	Gambar Direct Message di Instagram..... 73
Gambar 4.10	Layar Tangkap Direct Message Sarah..... 74
Gambar 4.11	Layar Tangkap Unggahan Terakhir Sarah..... 75
Gambar 4.12	Detail Layar Tangkap Unggahan Terakhir Sarah..... 76
Gambar 4.13	Tampilan Foto untuk Giveaway .....77
Gambar 4.14	Testimoni Pengikut Giveaway .....78
Gambar 4.15	Ilustrasi Instagram Live..... 79
Gambar 4.16	Ilustrasi IGTV..... 79
Gambar 4.17	IGTV Live Streaming Sarah Ahmad..... 80
Gambar 4.18	Detail IGTV Live Streaming Sarah Ahmad .....81