



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROSES *PERSONAL BRANDING* MELALUI AKUN TIKTOK

Dr. YESSICA TANIA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relation Pada Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu Buana**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh

Nama : Nesia Breninda

NIM : 44217110124

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Nesia Breninda
NIM : 44217110124
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Proses *Personal Branding* Melalui Akun Tiktok
Dr. Yessica Tania

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Mei 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Nesia Breninda
NIM : 44217110124
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Proses *Personal Branding* Melalui Akun Tiktok
Dr. Yessica Tania

Jakarta, 12 Mei 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

()

Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

()

Pembimbing : Dr. Suraya, M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Proses *Personal Branding* Melalui Akun Tiktok
Dr. Yessica Tania

Nama : Nesia Breninda

NIM : 44217110124

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Mei 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Dr. Suraya, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Ely Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nesia Breninda
NIM : 44217110124
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Proses Personal Branding Melalui Akun Tiktok Dr. Yessica Tania** 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 semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,

(Nesia Breninda)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Dr. Suraya, M.Si)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Nesia Breninda
44217110124

**PROSES PERSONAL BRANDING MELALUI AKUN TIKTOK Dr.
YESSICA TANIA**

Jumlah Halaman: ix + 52 + 4 Lampiran
Bibliografi: 63 Acuan, Tahun 1994-2020

ABSTRACT

Dr. Yessica Tania is a TikTok creator who started uploading her videos on May 3, 2020. Dr. Yessica Tania uses Tiktok social media to share beauty tips and education to people who need information about beauty. Dr. Yessica Tania forms a personal branding which is a self-brand or uniqueness that distinguishes her from others. In his tiktok account, Dr. Yessica Tania in it provides information about choosing a good Skin Care to support beauty in women. This research method is descriptive qualitative. This study aims to explain the case study analysis in the personal branding process of Dr. Yessica Tania. In this study, the researchers chose several research subjects with 4 key informants who knew best about the overall condition and process of managing Dr. Tiktok social media accounts. Yessica Tania, and 2 informants as customers of Dr. Yessica Tania. The results showed that the personal branding process of Dr. Yessica Tania has a long process that includes her specialization, the process of learning personality, the process of researching differences with others, unity, reality, and building a good name.

Keywords: Personal Branding, Tiktok Social Media



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Nesia Breninda
44217110124

PROSES PERSONAL BRANDING MELALUI AKUN TIKTOK Dr.
YESSICA TANIA

Jumlah Halaman: ix + 52 + 4 Lampiran
Bibliografi: 63 Acuan, Tahun 1994-2020

ABSTRAK

Dr. Yessica Tania merupakan seorang kreator TikTok yang mulai mengunggah videonya pada tanggal 3 Mei 2020. Dr. Yessica Tania ini menggunakan media sosial Tiktok untuk membagikan tips dan edukasi kecantikan kepada masyarakat yang memerlukan informasi mengenai kecantikan. Dr. Yessica Tania membentuk *personal branding* yang merupakan merek diri atau keunikan yang membedakannya dengan orang lain. Didalam akun tiktoknya Dr. Yessica Tania di dalamnya memberikan informasi mengenai pemilihan Skin Care yang baik guna menunjang kecantikan pada wanita. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai analisis studi kasus dalam proses personal *branding* Dr. Yessica Tania. Dalam penelitian ini peneliti memilih beberapa subjek penelitian dengan 4 key informan yang paling mengetahui bagaimana kondisi keseluruhan dan proses pengelolaan akun media sosial Tiktok Dr. Yessica Tania, dan 2 informan sebagai customer Dr. Yessica Tania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses personal branding Dr. Yessica Tania memiliki proses yang panjang meliputi proses spesialisasinya, proses memperlihatkan kepribadian, proses yang memperlihatkan perbedaan dengan orang lain, kesatuan, realita, dan pembentukan nama baik.

Kata Kunci: Personal Branding, Media Sosial Tiktok

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Mahasa Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Proses *Personal Branding* Melalui Akun Tiktok Dr. Yessica Tania**” Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Suraya M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Puji Syukur atas kekuatan Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku ketua Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Dr.Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, S.Pd, M,Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membantu penulis selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, kakak dan adik atas perjuangannya, doa, dukungan moral dan moril sehingga penulis bisa masuk ke perguruan tinggi ini.
7. Kepada teman-teman perkuliahan yang selalu membantu dan memberikan support khususnya Faisal Wisodan, Rafi Pratama.
8. Terima kasih juga kepada para narasumber yang sudah bersedia membantu dalam penelitian ini. Dan yang terakhir adalah, pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan karena penulis masih dalam tahap pembelajaran. Namun, penulis tetap berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Kritik dan saran dari penulisan skripsi ini sangat penulis harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan pada skripsi penulis berikutnya. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta , 05 April 2022



Nesia Breninda

Daftar Isi

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Isi	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.4.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1. Tabel Review Penelitian Sejenis Terdahulu.....	14
2.2. Tinjauan Teoritis	19
2.2.1. Komunikasi.....	19
2.2.2. <i>Public Relations</i>	23
2.2.3. E-PR	24
2.2.4. Media Sosial	26
2.2.5. <i>Personal Branding</i>	29
2.2.6. <i>Online Personal Branding</i>	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Paradigma Penelitian	36

3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Subjek Penelitian	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	42
3.6. Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2. Hasil Penelitian.....	47
4.2.1. Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	47
4.2.2. Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>)	51
4.2.3. Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>).....	54
4.2.4. Kenampakan (<i>The Law of Visibility</i>).....	56
4.2.5. Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	58
4.2.6. Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>).....	60
4.2.7. Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>)	62
4.3. Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran	74
5.2.1 Saran Praktis	74
5.2.2 Saran Akademis	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Key Informan Pengelola dan Karyawan di Dr. Yessica Tania.....	39
Tabel 3. 2Key Informan Customer di praktek dokter Dr. Yessica Tania	40



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Akun Tiktok dr. Yessica Tania.....	14
Gambar 1.2 Jumlah Interaksi Pada Akun Tiktok Dr. Yessica Tania.....	39
Gambar 4.1 Deskripsi Akun Tiktok Dr. Yessica Tania.....	46
Gambar 4.2 Konten dr. Yessica Tan.....	48
Gambar 4.3 Kolom Komentar dr. Yessica Tania	49
Gambar 4.4 Karakter Yang Terlihat Dalam Konten dan Kolom Komentar.....	52
Gambar 4.5 Kolom Komentar Dalam Konten dr. Yessica Tania.....	53
Gambar 4.6 Perbandingan Dengan Konten Tiktok Sejenis.....	54
Gambar 4.7 Intensitas Konten dr. Yessica Tania	57
Gambar 4.8 Salah Satu Konten dr. Yessica Tania.....	59
Gambar 4.9 Profil Akun Tiktok dr. Yessica Tania.....	61
Gambar 4.10 Kepercayaan Followers Akan Konten Tiktok dr. Yessica Tania	62
Gambar 4.11 Kolom Komentar Dr. Yessica Tania	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Permohonan Data Wawancara Kepada dr. Yessica Tania.....	81
Lampiran 2 Permohonan Data Wawancara Kepada Bapak Yadi.....	82
Lampiran 3 Permohonan Data Wawancara Kepada Ibu Putri.....	83
Lampiran 4 Permohonan Data Wawancara Kepada Ibu Amelia.....	84
Lampiran 5 Permohonan Data Wawancara Kepada Ibu Restu Nugraha.....	85
Lampiran 6 Permohonan Data Wawancara Kepada Ibu Dian Ananda	86
Lampiran 7 Transkrip Wawancara.....	87
Lampiran 8 Akun Tiktok dr. Yessica Tania	90
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara	97
Lampiran 10 Curriculum Vitae.....	98

