



**PROSES *PERSONAL BRANDING* RIRIE BOGAR PADA
KOMUNITAS XL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**
(Studi Deskriptif pada Februari-Juli 2021)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Anisa Vivi Wijayanti

44216110001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Vivi Wijayanti
NIM : 44216110001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PROSES PERSONAL BRANDING RIRIE BOGAR PADA KOMUNITAS XL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif pada Februari-Juli 2021)** 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 plagiarisme, 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.

Jakarta, 14 Feburuari 2022

Yang membuat pernyataan,



(Anisa Vivi Wijayanti)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi


A. Judhie Setiawan

(A Judhie Setiawan, SE, M.Si)



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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Anisa Vivi Wijayanti
NIM : 44216110001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Proses *Personal Branding* Ririe Bogar Pada Komunitas XL Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Februari-Juli 2021)

Jakarta, 14 Feburuari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(A Judhie Setiawan, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Anisa Vivi Wijayanti
NIM : 44216110001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : *Proses Personal Branding* Ririe Bogar Pada Komunitas XL Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Februari-Juli 2021)

Jakarta, 4 Maret 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Mardhiyyah, M.I.Kom

()

Penguji Ahli : RA Loretta Kartikasari, M.Ikom

()

Pembimbing : A Judhie Setiawan, SE, M.Si

(
A. Judhie Setiawan



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Proses *Personal Branding* Ririe Bogar Pada Komunitas XL Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Februari-Juli 2021)
Nama : Anisa Vivi Wijayanti
NIM : 44216110001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 11 Maret 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

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

(A Judhie Setiawan, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

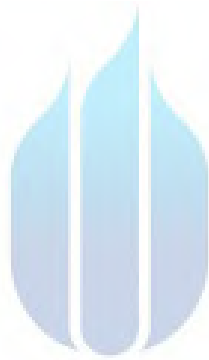
Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Proses *Personal Branding* Ririe Bogar Pada Komunitas XL Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus pada Februari-Juli 2021)” dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari peranan dan bantuan beberapa pihak. Adapun kesempatan penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing Bapak Agus Judhie Setiawan, M.Si. yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing serta memberikan arahan kepada peneliti sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom dan Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi atas arahan dan bimbingannya untuk kelancaran peneliti.
6. Anindita, M.Ikom selaku Ketua Sidang Seminar Proposal atas masukannya kepada peneliti.
7. Yang tersayang Ayahanda Jaiya, Ibunda Mukiyem, kakak-kakak Eri Pratama Syahban, Nurma Fitri Debiyani yang telah memberikan dorongan serta doa kepada peneliti dalam masa perkuliahan.
8. Suami tercinta Ahmad Ripan atas dukungan dan semangat yang tiada henti kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan *Cendana crew*; Wanda Novika, Selvy Angraini, Amellia Rivalasari, Rudi Hartono, Kartika, Nurul Wulandhari, dan Siti Nurhasanah atas segala dukungan dan semangat kepada peneliti sehingga proses dalam menyelesaikan skripsi ini terasa sangat menyenangkan.
10. Seluruh teman-teman Bidang Studi Public Relations Mercu Buana Meruya Angkatan 29.
11. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat kepada semuanya. Peneliti menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya dan mengharapkan segala bentuk kritik dan saran untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya untuk peneliti dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, Februari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Komunikasi	18

2.2.1 Pengertian Komunikasi	18
2.2.2 Model Komunikasi	19
2.2.2 Komunikasi Digital	21
2.3 <i>Public Relations</i>	21
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	21
2.3.2 Digital <i>Public Relations</i>	23
2.4 <i>Personal Branding</i>	25
2.4.1 Proses Terbentuknya <i>Personal Branding</i>	28
2.4.1 Digital <i>Personal Branding</i>	30
2.5 Komunitas	31
2.5.1 Definisi Komunitas	31
2.5.2 <i>Sence of Community</i>	33
2.6 Media Sosial Instagram	33
2.6.1 Fitur-fitur Media Sosial Instagram	34
2.6.2 Pengguna Media Sosial Instagram	35
Bab III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Subyek Penelitian	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data Primer	42
3.4.2 Data Sekunder	43
3.5 Teknik Analisa Data	43
3.6 Teknik Keabsahan Data	44

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Objek Penelitian	48
4.1.2 Profil Ririe Bogar	49
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Proses penentuan jati diri serta kekhasan yang dimiliki Ririe Bogar.....	53
4.2.2 Proses menentukan hal apa yang akan dikerjakan oleh Ririe Bogar	58
4.2.3 Proses memposisikan diri dan menentukan target khalayak Ririe Bogar	71
4.2.4 Proses mengelola brand yang dimiliki secara konsisten	81
4.3 Pembahasan	93
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
5.2.1 Saran Akademis	102
4.1.2 Saran Praktis	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	14
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Clarissa Putri	4
Gambar 1.2 Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia	7
Gambar 1.3 Unggahan Media Sosial Instagram Ririe Bogar.....	9
Gambar 1.4 Unggahan Media Sosial Instagram Ririe Bogar	10
Gambar 4.1 Jumlah Penduduk DKI Tahun 2018	47
Gambar 4.2 Instagram Ririe Bogar	55
Gambar 4.3 Instagram Ririe Bogar	60
Gambar 4.4 Instagram Ririe Bogar	62
Gambar 4.5 Instagram Ririe Bogar	70
Gambar 4.6 Instagram Ririe Bogar	71
Gambar 4.7 Instagram Ririe Bogar	77
Gambar 4.8 Instagram Ririe Bogar	83
Gambar 4.9 Instagram Ririe Bogar	89
Gambar 4.10 Platforms Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2021	93