



**PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER @TASYAFARASYA  
MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM  
(ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM  
@TASYAFARASYA)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Adisa Putri Pratiwi

44218010023

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adisa Putri Pratiwi  
NIM : 44218010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **“PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER @TASYAFARASYA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @TASYAFARASYA)”** 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.

Jakarta, 28 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



(Adisa Putri Pratiwi)

Mengetahui,

( Dr.Farid Hamid Umarella, M.Si )

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



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Adisa Putri Pratiwi  
NIM : 44218010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : “PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER  
@TASYAFARASYA MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN  
INSTAGRAM @TASYAFARASYA”

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

( Dr.Farid Hamid Umarella, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Adisa Putri Pratiwi  
NIM : 44218010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : “PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER  
@TASYAFARASYA MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN  
INSTAGRAM @TASYAFARASYA”

Jakarta, 28 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Ketua Sidang  
Rika Yessica Rahma, M.Ikom :

( ..... )

Penguji Ahli  
Siti Muslichatul, M.Ikom :

( ..... )

Pembimbing  
Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si :

( ..... )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : “PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER  
@TASYAFARASYA MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA AKUN  
INSTAGRAM @TASYAFARASYA”

Nama : Adisa Putri Pratiwi  
NIM : 44218010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 28 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

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

( Dr.Farid Hamid Umarella, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

( Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat dan Karunianya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian kuantitatif dengan judul **“Personal Branding beauty vlogger @taysafarasya melalui social media Instagram (analisis ini terhadap akun instagram @tasyafarasya) “**.

Peneliti menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi ini yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untk membimbing saya sampai akhir penelitian ini.
2. Ibu Suryaning H, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fikom Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Anindita S.Pd M.Ikom, selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir saya yang selalu membimbing dan memperhatikan perkembangan saya.

5. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu serta arahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Yang istimewa untuk kedua orang tua saya, Husen Aidit dan Almh Rustiati atas doa, bimbingan serta kasih sayang selalu tercurah selama ini.
7. Untuk ketiga kaka saya Andika Purwanto, Ovie Marcellina, dan Fitri Rosliana Dewi yang selama ini sudah memberikan support hingga detik ini.
8. Untuk Muhammad Shidqi Raihan yang selama ini telah memberikan dukungan, semangat hingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini
9. Teruntuk teman-teman seperjuangan saya Putri Adelia, Rahma Setiyani, Vioresta shally, Dewi Sinta dan Ananda Nurzanah terimakasih atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

**Jakarta, 17 Maret 2022**

**Adisa Putri Pratiwi**



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademik .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Sosial .....	10
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis .....	21
2.1.1 Komunikasi .....	21
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	24
2.2.3 <i>New Media</i> .....	26
2.2.4 Media Sosial.....	31
2.2.5 Instagram.....	32
2.2.6 Citra .....	36



2.2.7 Personal Branding .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	43
3.2 Metode Penelitian .....	43
3.3 Unit Analisis .....	45
3.4 Teknik Penggumpulan Data .....	46
3.4.1 Data Primer .....	46
3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5. Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Profile Tasya Farasya .....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Feeds Instagram @tasyafarasya.....	54
4.2.2 Reels Instagram.....	59
4.2.3 IG TV .....	63
4.2.4 Instagram <i>Stories</i> .....	66
4.3 Pembahasan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 KESIMPULAN .....	84
5.2 SARAN.....	86
5.2.1 Saran Akademis .....	86
5.2.2 Saran Praktis .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>