



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komuniasi

Bidang Studi *Public Relations*

Adisa Putri Pratiwi

442118010023

Personal Branding beauty vlogger @tasyafarasya melalui social media Instagram (analisis ini terhadap akun instagram @tasyafarasya)

Jumlah Halaman: 5 Bab 85 Hal + Lampiran

Bibliografi: 9 Buku + 9 jurnal + 9 Internet

## ABSTRAK

*personal branding* dengan mudah dapat dilakukan dengan adanya media sosial. Salah satu media sosial yang memiliki sarana dalam membangun *personal branding* adalah Instagram. Media sosial Instagram telah melahirkan suatu fenomena baru di masyarakat luas yaitu *selebgram* yang membawa keunikan, keahlian serta citra yang berbeda dalam akun masing masing didalam akun *selebgram* tersebut. Salah satunya adalah Tasya farasya peneliti memilih Tasya Frasya karna ia memiliki keunukan dan ke akhlian dalam ber makeup.

Didalam Instagramnya @tasyafarasya memiliki branding yang baik dengan para followersnya karna tasya memiliki kepercayaan diri dalam mengembangkan skill makeup nya di Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara membangun *personal branding*, bentuk dari *personal branding* yang dibangun alasan memilih media sosial Instagram dalam membangun *personal branding*.

Kajian teoritis penelitian ini komunikasi,new media,Instagram,Produksi pesan yang terdapat tiga kategorisasi yaitu: ekspresif,ritual,instrumental.

Penelitian Ini menggunakan paragdigma Pospositivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis isi untuk mengetahui personal branding yang dilakukan @tasyafarasya melalui sosial media Instagram.

Hasil penelitian menunjukan bahwa personal branding yang dibangun oleh tasyafarasya adalah cara tasya bermakeup dan fashion tasya lalu menguanggahnya ke Instagram dan membuat para followersnya sering berkomentar positif didalam Instagram tasya tersebut.

**Kata Kunci :** *Personal Branding,Media Sosial Instagram.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Public Relations*

Adisa Putri Pratiwi

442118010023

Personal Branding beauty vlogger @tasyafarasya through social media Instagram (this analysis is on the Instagram account @tasyafarasya)

Number of Page : 5 Chapters 85 Pages + Attachments

Bibliography : 9 Books + 9 Journals + 9 Internet

### ABSTRACT

personal branding is Instagram. Instagram social media has given birth to a new phenomenon in the wider community, namely celebgrams that bring uniqueness, expertise and different images in their respective accounts in the celebgram account. One of them is Tasya Farasya, the researcher chose Tasya Frasya because she has uniqueness and expertise in applying makeup. In her Instagram @tasyafarasya has good branding with her followers because tasya has confidence in developing her makeup skills on Instagram. The purpose of this study is to find out how to build personal branding, the form of personal branding that is built on the reasons for choosing Instagram social media in building personal branding.

The theoretical study of this research is communication, new media, Instagram, and message production. There are three categorizations, namely: expressive, ritual, instrumental.

This study uses the Pospositivist paradigm with a qualitative approach. The method in this study uses content analysis to find out personal branding that is carried out by @tasyafarasya through social media Instagram. The results show that the personal branding built by Tasyafarasya is the way Tasya makes up and fashion, then uploads it to Instagram and makes her followers often comment positively on Instagram.

**Keywords :** *Personal Branding, Media Sosial Instagram.*