



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER*  
DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Kasus Beauty Influencer Novia Nur Ismi Di Instagram)**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising dan Marketing Communication.

Disusun oleh:

**Dwi Yulianti Darmawan**  
44318110052

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS *PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER* DI  
MEDIA SOSIAL ( Studi Kasus *Beauty Influencer* Novia Nur Ismi  
Di *Instagram*)

Nama : Dwi Yulianti Darmawan

NIM : 44318110052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 15 Juli 2020

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**(Riki Arswendi, M.Ikom)**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS *PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER* DI  
MEDIA SOSIAL ( Studi Kasus *Beauty Influencer* Novia Nur Ismi  
Di *Instagram*)

Nama : Dwi Yulianti Darmawan

NIM : 44318110052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 10 Agustus 2020

Ketua Sidang,  
Yuni Tresnawati, M.I.Kom

( *Yuni Tresnawati* )

Penguji Ahli,  
Muthia Rahayu, M.Ikom

( *Muthia* )

Pembimbing,  
Riki Arswendi, M.Ikom

( *Riki* )



**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : ANALISIS *PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER* DI  
MEDIA SOSIAL ( Studi Kasus *Beauty Influencer* Novia Nur Ismi  
Di *Instagram*)

Nama : Dwi Yulianti Darmawan

NIM : 44318110052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

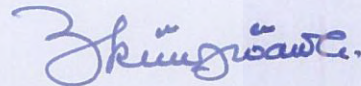
Jakarta, 10 Agustus 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**



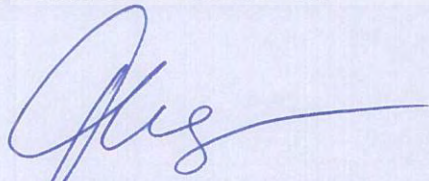
( Riki Arswendi, M.Ikom)

**Ketua Bidang Studi**



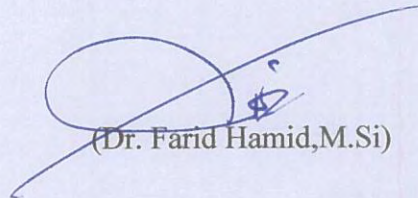
( Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Ponce Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah Ini :

Nama : Dwi Yulianti Darmawan

NIM : 44318110052

Konsentrasi : Advertising & Marketing Communication

Judul Skripsi : **ANALISIS PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Beauty Influencer Novia Nur Ismi di Instagram)**

Dengan ini 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 peneliti 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, 10 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI  
TEMPEL

E939BAHF578068049

6000  
ENAM RIBU RUPIAH

( Dwi Yulianti Darmawan )

**Pembimbing**



(Riki Arswendi, M.Ikom )

**Ketua Bidang Studi**



(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Dwi Yulianti D  
44318110052

*Analisis Personal Branding Beauty influencer Di Media Sosial (Studi Kasus Beauty Influencer Novia Nur Ismi Di Instagram )*

Bibliografi: 5 Bab 160 halaman + 9 Lampiran + 29 buku + 6 Penelitian Ilmiah + 8 Internet.

### ABSTRAK

Media sosial bukan hanya sekedar media untuk mencari dan mengunggah informasi, tetapi juga menjadi tempat untuk melakukan aktualisasi bagi penggunanya. Oleh sebab itu, pembentukan *personal branding* sangat dibutuhkan pada *platform* media sosial, terutama bagi Novia Nur Ismi yang merupakan seorang *beauty influencer* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* Novia Nur Ismi di media sosial, bagaimana Novia menunjukkan citra dirinya sebagai *influencer*.

Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian studi kasus, yang hasilnya nanti berupa teks atau tulisan secara deskriptif. Adapun pengumpulan data penelitian ini ialah melalui wawancara mendalam dengan Novia Nur Ismi dan beberapa informan yang merupakan *followers* Novia di *Instagram*. Pada penelitian ini juga menggunakan teori 8 konsep *personal branding* Peter Montoya sebagai acuan penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam *personal brand* Novia di media sosial, dari 8 konsep *personal branding* Peter Montoya. Setidaknya ada 4 konsep yang Novia lakukan di media sosialnya, yaitu pada konsep *spesialisasi* dimana Novia memiliki kemampuan dan kekuatan pada *public speaking*-nya, lalu konsep kepribadian dimana ia dikenal sebagai sosok yang percaya diri dan ramah di media sosialnya, lalu pada konsep terlihat dimana Novia secara konsisten membuat konten yang mendukung *personal brand*-nya sebagai *acne fighter*, dan pada konsep nama baik dimana Novia memiliki pengaruh dan manfaat yang positif kepada *followers*-nya.

**Kata Kunci:** *Personal branding, influencer, Instagram.*



*University Mercu Buana  
Faculty of Communication Science  
Marketing Communication and Advertising Field Study  
Dwi Yulianti D  
44318110052*

*Personal Branding Analysis of Beauty influencers on Social Media (Case Study of Beauty Influencer Novia Nur Ismi on Instagram) Bibliografi: 5 Chapters 160 pages+ 9 enclosures + 29 books + 6 Research + 8 Internet.*

### **ABSTRACT**

*Social media is not just a medium for finding and uploading information, but also a place for actualization for its users. Therefore, the formation of personal branding is very much needed on social media platforms, especially for Novia Nur Ismi who is a beauty influencer on social media. This study aims to determine Novia Nur Ismi's personal branding on social media, how Novia shows her image as an influencer*

*This research is a qualitative approach with a constructivist paradigm with a case study research method, the results of which will be in the form of descriptive text or writing. The research data collection is through in-depth interviews with Novia Nur Ismi and several informants who are followers of Novia on Instagram. In this study also uses the theory of Peter Montoya's 8 personal branding concepts as a research reference.*

*Based on the results of this study, it can be concluded that in Novia's personal brand on social media, from 8 Peter Montoya's personal branding concepts. There are at least 4 concepts that Novia does on her social media, namely the concept of specialization where Novia has the ability and strength in her public speaking, then the concept of personality where she is known as a confident and friendly person on her social media, then the concept is seen where Novia consistently creates content that supports his personal brand as an acne fighter, and on the concept of a good name where Novia has positive influence and benefits to his followers.*

**Kata Kunci:** *Personal branding, influencer, Instagram.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas rahmat dan karunia dari Allah SWT yang telah memberikan penulisan kelancaran dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Analisis Personal branding Beauty Influencer Di Media Sosial ( Studi Kasus Beauty influencer Novia Nur Ismi Di Instagram )**” dengan baik dan ke depannya lebih mudah, adapun skripsi ini disusun guna memenuhi sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini hingga selesai, penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, khususnya:

- 1 Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah membantu mengarahkan, memberikan banyak masukan dan mau meluangkan waktu serta tenaganya untuk membimbing. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
- 2 Ibu Dewi Sad Tanti, M. Ikom, selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah membantu mengarahkan dan memberikan banyak masukan serta dampingan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
- 3 Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication, Univ. Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
- 4 Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, sekaligus dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah membantu memberikan masukan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini bisa diselesaikan



- 5 Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
- 6 Kepada kedua orang tua, Darmawan dan Aan Mulyana. Terima kasih atas doa-doa dan bantuannya hingga penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini, terima kasih atas semuanya yang telah dilakukan.
- 7 Teman-teman seperjuangan Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana, terlebih untuk Onti Tasya dan Atsfor Jannah yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan proposal skripsi ini.
- 8 Member BTS yang telah membuat penulis termotivasi dan semangat berjuang dalam menyusun proposal skripsi ini
- 9 Lulu dan teman-teman SMA saya yang banyak membantu dan memberikan semangat selama saya merasa drop mengerjakan penelitian ini di kala pandemi.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.4.1 Manfaat Akademis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
1.4.3 Manfaat Sosial .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Kajian Teoritis .....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	20
2.2.3 <i>Personal branding</i> .....	20
2.2.4 <i>Promosi Online</i> .....	24
2.2.5 Media Baru .....	29
2.2.6 <i>Instagram</i> .....	30
2.2.7 <i>Influencer</i> .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	35
3.2 Metode Penelitian .....	35
3.3 Subjek Penelitian .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1 Data Primer .....	37
3.4.2 Data Sekunder .....	38

3.5 Teknik Analisis Data .....	38
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran umum .....	40
4.1.1 Profil Novia Nur Ismi .....	40
4.1.2 Profil Informan .....	41
4.2 Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Proses <i>Personal Branding</i> .....	44
4.2.1.1 Tahap Awal .....	45
4.2.1.2 Tahap Lanjutan .....	49
4.2.2 Analisis Strategi <i>Personal Branding</i> .....	56
4.2.3 Hambatan atau Kendala .....	87
4.3 Pembahasan .....	88
<b>BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	100
5.2 Saran .....	101
5.2.1 Saran Akademis .....	101
5.2.2 Saran praktis .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	102
<b>LAMPIRAN</b> .....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 4.1 Data Informan .....	42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan konten Novia di Akun Pribadinya .....	3
Gambar 1.2 Akun <i>Instagram</i> Novia Nur Ismi .....	4
Gambar 1.3 Survey Perbandingan Pengguna Media sosial .....	7
Gambar 4.1 Tampilan media sosial Novia Nur Ismi .....	41
Gambar 4.2 <i>Beauty Influencer</i> di media sosial .....	46
Gambar 4.3 Unggahan @ohmybeautybank yang membuat kisah Novia Viral di media sosial .....	47
Gambar 4.4 Unggahan @Indozone.id yang membuat kisah Novia Viral di media sosial .....	48
Gambar 4.5 Salah satu pemberitaan dari berita platform <i>online</i> yang menceritakan kisah perjuangan Novia .....	49
Gambar 4.6 Profildan <i>feeds Instagram</i> Novia Nur Ismi .....	51
Gambar 4.7 <i>Endorsement brand</i> Airin skin clinic .....	52
Gambar 4.8 Salah satu konten <i>bullying</i> yang Novia buat .....	53
Gambar 4.9 <i>Event</i> pertama Novia menjadi pembicara.....	54
Gambar 4.10 <i>Event online</i> Novia bersama #Realtalk .....	55
Gambar 4.11 <i>Youtube channel</i> @Nvnrsn dan kontennya .....	56
Gambar 4.12 Bio pada profil Novia sebagai <i>acne fighter</i> di <i>Instagram</i> .....	58
Gambar 4.13 Informan Laroyba Unsa Soraya .....	59
Gambar 4.14 Informan Meitia Laelani U.....	60
Gambar 4.15 Pakaian Novia pada <i>feeds Instagram</i> -nya .....	62
Gambar 4.16 <i>Postingan endorsement</i> yang diunggah Novia.....	63
Gambar 4.17 Informan Mirna Destania .....	65
Gambar 4.18 <i>Testimoni</i> rekomendasi produk dari <i>followers</i> Novia .....	67
Gambar 4.19 Novia saat menjadi pembicara pada konten Live Beeme .....	69
Gambar 4.20 Tulisan Novia pada <i>caption</i> unggahan foto di <i>Instagram</i> .....	71
Gambar 4.21 Informan Bianca Syafira (tengah) .....	72

Gambar 4.22 Informan Intan Mukti (tengah).....	73
Gambar 4.23 Perbedaan antara Novia dan <i>influencer</i> Suhay Salim, yang terlihat dari postingan media sosial <i>Instagram</i> .....	73
Gambar 4.24 Konten <i>question and answer</i> dan konten Novia membalas <i>direct message followers</i> -nya.....	76
Gambar 4.25 Konten <i>skin update</i> Novia yang selalu konsisten ia unggah di <i>Instagram</i> .....	77
Gambar 4.26Konten <i>room tour</i> yang <i>direquest</i> oleh <i>followers</i> .....	78
Gambar 4.27 Konten <i>bullying</i> Novia .....	80
Gambar 4.28 <i>Postingan</i> Novia dalam menanggapi komentar negatif .....	82
Gambar 4.29 <i>Postingan</i> support untuk Novia dari kekasihnya .....	82
Gambar 4.30 <i>Postingan</i> Novia mengenai edukasi penggunaan salep .....	83
Gambar 4.31 Konten <i>followers</i> Novia @Rikawdwt .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	106
Lampiran 2 .....	108
Lampiran 3 .....	109
Lampiran 4 .....	110
Lampiran 5 .....	132
Lampiran 6 .....	138
Lampiran 7 .....	143
Lampiran 8 .....	149
Lampiran 9 .....	156

