



**PENGUNAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI WADAH
BRAND ENDORSEMENT MELALUI PERSONAL BRANDING**

**LESTY KEJORA
(Artist dan Penyanyi)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

MERCU BUANA

SHANIA INDRIANI

44217010165

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shania Indriani
NIM : 44217010165
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

“Penggunaan *Social Media Instagram* sebagai Wadah *Brand Endorsement* melalui *Personal Branding Lesty Kejora*” adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana. 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 MercuBuana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 30 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Mengetahui,

Pembimbing

(Ida Anggraeni A, SS, M.Si)

Ketua Bidang Studi

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



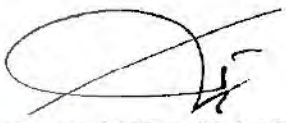
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Shania Indriani
NIM : 44217010165
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : *Penggunaan Social Media Instagram Sebagai Wadah Brand Endorsement Melalui Personal Branding Lesty Kejora*

Jakarta, 30 Juli 2021

Ketua Sidang,



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Penguji Ahli,

MERCU BUANA



(Siti Muslichatul M, M.Ikom)

Pembimbing,



(Ida Anggraeni A. SS, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Penggunaan *Social Media Instagram* Sebagai Wadah Brand *Endorsement*
Melalui *Personal Branding* Lesty Kejora
Nama : Shania Indriani
NIM : 44217010165
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 30 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations


Pembimbing

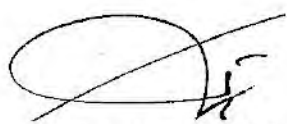

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)


(Ida Anggraeni A, SS, M. Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yulawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Shania Indriani
NIM : 44217010165
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : *Penggunaan Social Media Instagram Sebagai Wadah Brand Endorsement Melalui Personal Branding Lesty Kejora*

Jakarta, 14 Juli 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Ida Anggraeni Ananda SS, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat -Nya sehingga susunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa pertolongan Allah SWT mungkin susunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Susunan skripsi ini disusun dengan penuh rintangan baik yang datang dari peneliti maupun dari luar, namun dengan penuh kesabaran dan terutama adanya pertolongan dari Allah SWT. Sehingga susunan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini memuat topik tentang **“PENGUNAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI BRAND ENDORSEMENT MELALUI PERSONAL BRANDING LESTY KEJORA”** dan sengaja dipilih karena menarik perhatian penulis untuk dicermati dan perlu mendapat dukungan dari semua pihak.. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini :

1. Ibu Ida Anggraeni Ananda, SS. M. Si Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si Sebagai Dosen Mata Kuliah Kualitatif

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana. Peneliti ucapkan terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan di Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
7. Orang tua peneliti, Papa dan Mama, (Alm.)Bustami Fauzi & Yayah Subariyah serta saudara kandung Maulana Marzuki, Riki Senjaya & Daniel Rifa Johansyah serta para Istri yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi maupun materi untuk tetap semangat dalam menyelesaikan susunan skripsi ini.
8. Calon Suami, ALKAHFIE yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi tiada hentinya dalam menyelesaikan susunan skripsi ini.
9. Sahabat terbaik ‘Brayyy’ atas supportnya.
10. Teman-teman informan, selaku objek penelitian.
11. Teman-teman seperjuangan Public Relations 2017 yang telah memberikan kontribusi secara langsung dan tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang di susun ini masih banyak kekurangan atau jauh dari kesempurnaan karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umum-nya bagi para pembaca. Sekian dan Terimakasih.

Jakarta, 14 Juli 2021



Shania Indriani

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 FOKUS PENELITIAN	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN:.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN :	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 REVIEW PENELITIAN TERDAHULU	11
2.2 KAJIAN TEORITIS	17
2.2.1 KOMUNIKASI.....	17
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	19
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	20
2.2.2 PUBLIC RELATIONS DAN MARKETING COMMUNICATION.....	21

2.2.3 PERSONAL BRANDING.....	24
2.2.4 BRAND ENDORSEMENT.....	29
2.2.4.1 Brand.....	29
2.2.4.1.1 Branding.....	30
2.2.4.2 Endorsement.....	31
2.2.4.2.1 Sumber Efektivitas Endorsement.....	33
2.2.5 NEW MEDIA	35
2.2.5.1 Pengertian <i>New Media</i>	35
2.2.5.2 Fungsi New Media.....	37
2.2.5.3 Karakteristik <i>New Media</i>	38
2.2.5.4 Media Online.....	40
2.2.5.4.1 Media Sosial.....	41
2.2.5.4.1.1 Instagram (Social Media)	42
2.2.5.4.1.1.1 Pengertian Instagram.....	42
2.2.5.4.1.1.2 Fitur-Fitur Instagram.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	47
3.2 METODE PENELITIAN.....	49
3.3 SUBJEK PENELITIAN.....	51
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	54
3.4.1 Data Primer	54
3.4.1.1 Wawancara.....	55
3.4.2 Data Sekunder.....	55
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA	55
3.6 TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	56
BAB IV PEMBAHASAN	58

4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	58
4.1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK UTAMA.....	58
4.2 HASIL PENELITIAN	62
4.2.1. Pengetahuan Lesty terhadap Social Media Instagram	62
4.2.2. Penggunaan Social Media Instagram oleh Lesty Kejora	66
4.2.2.1 Instagram Sebagai Media Endorsement	68
4.2.2.2 Pengelolaan Endorsement Instagram @lestykejora.....	71
4.2.2.2.1 Lesty Kejora sebagai Pelaku Endorsement	71
4.2.2.2.2 Lesty Kejora sebagai Pelaku Pembisnis.....	78
4.2.2.3 Permasalahan Dalam Kegiatan Endorsement.....	82
4.2.3. Personal Branding Lesty Kejora.....	83
4.2.4 Pemanfaatan Peran Instagram dalam Mendukung Personal Branding....	88
4.3 PEMBAHASAN	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	98
5.2.1. Saran Akademis	98
5.2.2. Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	103
LAMPIRAN 1 TRANSKIP WAWANCARA.....	104
LAMPIRAN 2 TRIANGULASI DATA.....	120
LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN.....	124
LAMPIRAN 4 SURAT PERSETUJUAN PENELITIAN.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Penggunaan Internet 2019-2020	6
Gambar 3.1 Profil Instagram Lesty Kejora	53
Gambar 4.1 Profil Instagram Lesty Kejora	60
Gambar 4.2 Unggahan Foto Instagram Lesty Kejora	64
Gambar 4.3 Unggahan Foto Instagram Lesty Kejora	65
Gambar 4.4 Insight Instagram Lesty Kejora	69
Gambar 4.5 Endorsement Produk	70
Gambar 4.6 Promosi Lagu Ciptaan	75
Gambar 4.7 Endorsement Produk	76
Gambar 4.8 Insight Instagram Lesty Kejora	78
Gambar 4.9 Profil Instagram Akun Bisnis Lesty Kejora	80
Gambar 4.10 Promosi Produk Lesty Kejora	81
Gambar 4.11 Fashion Lesty Kejora	85
Gambar 4.12 Endorsement Produk	87

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
--	-----------

