



**ANALISA PERSONAL BRANDING VINA MULIANA
SEBAGAI INFLUENCER DALAM MEMBENTUK CITRA
DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@VINAMULIANA**

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DEVI SUCIYANTI

44218110018

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini
Nama : Devi Suciyanti
NIM : 44218110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisa Personal Branding Vina Muliana
Sebagai Influencer Dalam Membentuk
Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram
@vinamuliana

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 02 Januari 2023



Devi Suciyanti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Devi Suciyanti
NIM : 44218110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisa Personal Branding Vina Muliana Sebagai Influencer
Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Media Sosial
Instagram @vinamuliana

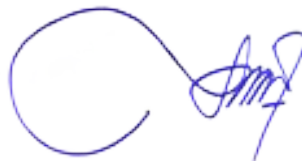
Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi/ Bidang Studi. Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. A. Rahman, M.Si ()
NIDN : 0330126403
Ketua Penguji : Dr. Irmulan Sati, M.Si ()
NIDN : 0330077301
Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom ()
NIDN : 0314057804

MERCU BUANA

Menyetujui Ketua Bidang Studi Public Relations



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

Jakarta, 16 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M Si

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Suciyanti
NIM : 44218110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisa Personal Branding Vina Muliana
Sebagai Influencer Dalam Membentuk Citra
Diri Melalui Media Sosial Instagram
@vinamuliana

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Devi Suciyanti)

ABSTRAK

Nama : Devi Suciyanti
NIM : 44218110018
Program Studi : *Public Relations*
Judul Laporan Skripsi : Analisa Personal Branding Vina Muliana Sebagai Influencer Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram @vinamuliana
Pembimbing : Dr. A. Rahman, M.Si

Personal branding merupakan sebuah merek pribadi seseorang yang dapat diingat oleh semua orang. Orang mungkin akan lupa dengan wajah seseorang. Namun, merek pribadi atau branding yang dibuat akan selalu diingat orang lain. Permasalahan pada penelitian ini adalah dengan banyaknya pengikut Vina Muliana pada akun instgram @vinamuliana, karakteristik personal branding seperti apa yang sedang dibangun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* Vina Muliana melalui akun Instagram @vinamuliana sebagai media dalam membentuk *personal branding*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika, semiotika Charles Sanders Peirce memiliki konsep trikotomi segitiga makna atau triangle of meaning yang terdiri dari tiga elemen utama dan saling berhubungan erat satu sama lainnya, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*.

Penelitian ini menggunakan paradigma *interpretif*, dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Unit analisis yang digunakan yaitu postingan video-video Vina Muliana dalam akun instagramnya yang telah dipilih berkaitan dengan personal branding dirinya. Teknik pengumpulan data penelitian tersebut menggunakan data primer dan data sekunder. data primer penelitian ini menggunakan dokumentasi, video data sekunder berupa buku, modul mata kuliah, dan media sosial Instagram.

Hasil Penelitian pada lima video terpilih menunjukan bahwa Personal branding Vina Muliana yaitu komunikatif, relevan dan juga berjiwa sosial yang tinggi sehingga membentuk citra diri positif. konten-konten Vina Muliana meliputi edukasi, motivasi serta tips untuk membantu para masyarakat yang sedang kesulitan mencari pekerjaan. Penggunaan media sosial instagram guna untuk mempercepat penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Kata Kunci : *Personal Branding, Vina Muliana, Instagram, dan Semiotic.*

ABSTRACT

Name : Devi Suciyanti
NIM : 44218110018
Study Program : *Public Relations*
Title Internship Report : *Analisa Personal Branding Vina Muliana Sebagai Influencer Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram @vinamuliana*
Counsellor : Dr. A. Rahman, M.Si

Personal branding is a person's personal brand that can be remembered by everyone. People might forget someone's face. However, the personal brand or branding that is created will always be remembered by others. The problem in this study is with the large number of followers of Vina Muliana on the @vinauliana Instagram account, what kind of personal branding characteristics are being built.

This study aims to determine Vina Muliana's personal branding through the Instagram account @vinamuliana as a medium in forming personal branding. The research method uses a qualitative approach with semiotic analysis methods, Charles Sanders Peirce's semiotics has the trichotomy concept triangle of meaning which consists of three main elements and are closely related to one another, namely the sign, object, and interpretant.

This study uses an interpretive paradigm, using a qualitative approach through Charles Sanders Pierce's semiotic analysis. The unit of analysis used is posting videos of Vina Muliana on her selected Instagram account related to her personal branding. The research data collection technique uses primary data and secondary data. The primary data of this study uses documentation, books, course modules, and Instagram social media.

The results of the research on the five selected videos show that Vina Muliana's personal branding is communicative, relevant and also has a high social spirit so as to form a positive self-image. Vina Muliana's content includes education, motivation and tips to help people who are having trouble finding work. The use of Instagram social media to accelerate the dissemination of information to the wider community.

Keywords : *Personal Branding, Vina Muliana, Instagram, and Semiotic.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat pada waktu yang ditentukan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat lulus untuk mendapatkan gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Atas persetujuan dosen Pembimbing, Tugas akhir ini dibuat dan diajukan oleh penulis, dengan judul : Personal Branding Vina Muliana Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Sosial Media Instagram @vinamuliana

Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis tidak hanya seorang diri, melainkan banyak pihak yang membantu serta membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak. Dr. A. Rahman, HI, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu saya dari awal proses pembuatan penelitian ini, memotivasi saya untuk terus maju, juga saran-saran bermanfaat yang disampaikan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE., MM., M.IKom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh dosen bidang studi Public Relations yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama penulisan.

6. Keluarga tercinta, terutama Ibunda dan Ayah saya yang selalu senantiasa mendoakan serta selalu memberikan dukungan tanpa mengenal lelah, sehingga penulis tetap semangat dalam menjalani proses perkuliahan sampai dengan selesai.
7. Savira dan Bella Alvira selaku teman dari kelas karyawan program studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta bahkan teman seperjuangan dalam skripsi yang selalu memberikan masukan - masukan serta hal positif untuk saya menyelesaikan penulisan skripsi ini
8. Devia, Nisrina, Laily, Iis, Feby selaku teman rumah maupun teman main saya, Terima kasih atas dukungan serta doa yang kalian berikan kepada saya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
9. Terima kasih untuk seluruh teman kantor saya yang sudah menjadi ruang untuk saya mengadu dalam segala keluh kesah yang saya jalankan selama melanjutkan penulisan skripsi ini hingga akhir.

Dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti menyadari bahwa usaha yang dilakukan untuk membuat Skripsi ini dapat terlaksana atas izin Tuhan Yang Maha Esa, bimbingan serta dukungan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, saya sebagai penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah membantu saya selama penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan atas kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Jakarta, 2022



Devi Suciyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Pendekatan <i>Sociocultural</i>	19
2.3 Komunikasi <i>Interpersonal</i> Dalam Bermedia.....	19
2.4 <i>Public Relations</i>	21
2.5 <i>Personal Branding</i>	26
2.6 Citra Diri.....	33
2.7 Media Sosial	35
2.8 Instagram.....	37
2.9 Semiotika.....	38
2.9.1 Teori Semiotika Charles Sander Peirce.....	40
2.10 Makna.....	45
2.11 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN	48

3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian	48
3.5 Teknik Keabsahan Data	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Hasil Penelitian	55
4.3 Pembahasan	71
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA.....	83
CURICULUM VITAE.....	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABLE

Nomer	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	15
2. Tabel 1. Cara Membuat CV auto ATS Friendly. #tipskerjavina	57
3. Tabel 2. Rahasia HRD Pas Cari Kerja Di LinkedIn #tipskerjavina	60
4. Tabel 3. Ciri loker bodong ga banyak orang tau! #tipskerjavina	63
5. Tabel 4. Jurus sukses wawancara kerja buat si pemalu!. #tipskerjavina.....	66
6. Tabel 5. Cerita dibalik layar jadi pembicara di Rekrutmen Bersama BUMN sampe bisa ngetiktok bareng Pak Menteri Erick Thohir #tipskerjavina.....	69

