

## 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 instragram @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 menunjukkan 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.*