



**ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBRITI
INSTAGRAM PECINTA K-POP TIFFANI AFIFA**



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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :

Nabilah Choirunnisa Subiyanto

44216010015

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Nabilah Choirunnisa Subiyanto
44216010015

Analisis Strategi Personal Branding Selebriti Instagram Pecinta KPOP Tiffani Afifa

Jumlah Halaman : V + 126 Halaman + 71 Lampiran

Bibliografi: 5 Bab 4 hal + 21 buku + 15 jurnal + 8 Data Website

ABSTRAK

Tiffani Afifa adalah salah satu Selebriti Instagram K-POP yang aktif memberikan konten tentang budaya K-POP. Teknologi yang semakin berkembang memudahkan seseorang untuk dapat berhubungan dengan mudah melalui media sosial. Dengan maraknya akulturasi budaya yang masuk, kebutuhan akan informasi budaya Korea sangatlah dibutuhkan. Hal ini menyebabkan keinginan para penggemar K-POP untuk memiliki sosok inspiratif yaitu selebriti Instagram K-POP. Seorang Selebriti Instagram memiliki cara masing – masing untuk mengembangkan proses personal branding nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi personal branding selebriti instagram pecinta KPOP Tiffani Afifa.

Teori yang digunakan yaitu teori personal branding dan konsep – konsep personal branding yang menggambarkan bagaimana proses personal branding yang dilakukan oleh Tiffani Afifa melalui media sosial Instagram didukung dengan teori komunikasi, public relations, new media dan juga Instagram.

Metode penelitian yang digunakan yaitu paradigma post positivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif .Teknik Pengumpulan data menggunakan wawancara dan melakukan observasi media sosial Instagram Tiffani Afifa. Teknik keabsahan data yang digunakan yaitu triangulais sumber dengan membandingkan hasil wawancara yang didapat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah Tiffani Afifa melakukan komunikasi yang baik dengan *followers* dan mendapatkan *feedback* positif. Dalam proses pembentukan *personal branding*, Tiffani Afifa termasuk kedalam empat kategori peran seorang public relations dan berhasil menumbuhkan citra yang positif. Tiffani Afifa tidak memiliki strategi khusus dalam menyeleksi bagaimana brand yang akan ia kembangkan. Tiffani Afifa juga berhasil mengembangkan *personal branding* nya berdasarkan dengan delapan konsep personal branding nya itu sendiri meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan dan maksud baik Ia juga menggunakan fitur – fitur Instagram dengan baik.



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Public Relations Studies
Nabilah Choirunnisa Subiyanto
44216010015

Analysis of Personal Branding Strategies for Instagram Celebrities K-POP Lovers
Tiffani Afifa

Pages : V + 126 Pages + 71 Attachement

Bibliography: 5 Chapter 4 Pages + 21 Books + 15 Journals + 8 Website Data

ABSTRACT

Tiffani Afifa is one of K-POP Instagram celebrities who actively provides content about K-POP culture. Technology that is increasingly developing makes it easier for someone to be able to relate easily through social media. With the rise of cultural acculturation that comes in, the need for Korean cultural information is needed. This has caused the desire of K-POP fans to have an inspirational figure, the Instagram K-POP celebrity. An Instagram celebrity has their own ways to develop their personal branding process. This research aims to find out and explain how personal branding strategies for Instagram celebrity KPOP lovers Tiffani Afifa.

The theory used is personal branding theory and personal branding concepts that illustrate how the personal branding process carried out by Tiffani Afifa through social media Instagram is supported by communication theory, public relations, new media and also Instagram.

The research method used is the post positivism paradigm with a qualitative descriptive approach Data collection techniques using interviews and observing social media Instagram Tiffani Afifa. The data validity technique used is triangulais source by comparing the results of interviews obtained.

Based on the results of research conducted by Tiffani Afifa, do good communication with followers and get positive feedback. In the process of forming personal branding, Tiffani Afifa falls into the four categories of roles of a public relations and manages to foster a positive image. Tiffani Afifa does not have a specific strategy in selecting how the brand he will develop. Tiffani Afifa has also successfully developed her personal branding based on her eight personal branding concepts including specialization, leadership, personality, differences, appearance, unity, determination and good intentions. She also uses Instagram features well.

Keyword : *Strategy, Personal Branding, Social Media, Instagram*



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabilah Choirunnisa Subiyanto
NIM : 44216010015
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Strategi Personal Branding Selebriti Instagram Pecinta K-POP Tiffani Afifa** adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbanya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikianlah surat ini saya buat dengan sebesar-benamya.

Jakarta, 25 Juni 2020



Nabilah Choirunnisa S



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING SELEBRITI
INSTAGRAM PECINTA K-POP TIFFANI AFIFA

Nama : Nabilah Choirunnisa Subiyanto

NIM : 44216010015

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Juni 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Hj. Ispawati Asrie, M.M)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING
SELEBRITI INSTAGRAM PECINTA K-POP TIFFANI
AFIFA**

Nama : Nabilah Choirunnisa Subiyanto
NIM : 44216010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 25 Juni 2020

Ketua Sidang,
Yuni Tresnawati., M.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pengaji Ahli,
Enjang Pera Irawan., M.Ikom

(.....)

Pembimbing,
Dr. Hj. Ispawati Asrie, M.M

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING
SELEBRITI INSTAGRAM PECINTA K-POP TIFFANI
AFIFA

Nama : Nabilah Choirunnisa Subiyanto
NIM : 44216010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Juni 2020

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Hj. Ispawati Asrie, M.M)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Penyayang, Puji dan Syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan pertolongan – Nya. Penyusunan proposal skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Analisis Strategi Personal Branding Selebriti Instagram Pecinta KPOP Tiffani Afifa” yang diajukan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar strata satu (S1) pada bidang studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari proposal skripsi ini sempurna dengan ke kurangannya, dan tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ispawati Asri MM, selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis yang selalu meluangkan waktu dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Com, Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. Selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta

5. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah membantu mempermudah pengurusan dokumen syarat skripsi.
6. Agus Subiyanto S.E dan Estrida Ermawati S.H sebagai orang tua yang selalu memberikan arahan positif berupa dukungan, kasih sayang dan motivasi kepada penulis.
7. Adik tercinta Nadhirah Zahra, Muhammad Naufal Subiyanto, Muhammad Naufan Subiyanto yang terus memberikan dukungan kepada penulis
8. Sahabat RECET, Fariz, Bayu, Fitria, Dede, Leony, Agam, Ciper, Rahma, Via, Brenda, Etta, Adit, Fauzan yang sudah menemani sejak semester satu hingga akhir dan yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat ELF, Sasya, Tiara, Dewi dan mutual N.Fia di twitter yang selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan motivasi untuk terus mengerjakan skripsi tanpa menyerah.
10. Super Junior, Nflying, dan Drama Korea yang selalu menemani dan menghibur penulis saat mengerjakan penelitian ini setiap harinya dengan lagu yang indah dan adegan lucu para aktor dan aktris Korea.

Jakarta, 25 Juni 2019

Nabilah Choirunnisa Subiyanto
Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	22
2.2.1 Komunikasi	22
2.2.2 <i>Public Relations</i>	23
2.2.3 Strategi <i>Personal Branding</i>	25
2.2.4 <i>New Media</i>	30
2.2.5 Media Sosial	31
2.2.6 Instagram	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36

3.3	Subyek Penelitian	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1	Data Primer	39
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	41
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1	Profil Narasumber	44
4.1.2	Profil Informan.....	45
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Strategi Personal Branding.....	48
4.3	Pembahasan.....	85
4.3.1	Tahap Komunikasi Selebriti Instagram KPOP Tiffani Afifa dengan Followers.....	85
4.3.2	Tahap Personal Branding Tiffani Afifa dalam Peran Public Relations.....	86
4.3.3	Strategi dan Konsep Personal Branding Selebriti Instagram KPOP Tiffani Afifa dalam Media Sosial Instagram	89
4.3.4	Pengelolaan Media Sosial Instagram Selebriti Instagram KPOP Tiffani Afifa	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	103
5.1	Simpulan	103
5.2	Saran.....	106
5.2.1	Saran Akademis	106
5.2.2	Saran Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Selebriti Instagram K-POP yang mempunyai pengikut lebih dari 100 ribu <i>followers</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional dan Nasional Terindeks... 18	
Tabel 4.1 Data Informan...	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Instagram Milik Tiffani Afifa.....	2
Gambar 1.2	Tiffani Afifa dan Alphi Dalam Acara KPOP World Festival 2017 di Changwon, Korea Selatan	2
Gambar 1.3	Tiffani Afifa Melakukan Wawancara Ekslusif dengan Artis K-POP Kim ChungHa.....	3
Gambar 1.4	Data Survey Hallyu Wave K-Pop Masuk ke Indonesia	4
Gambar 1.5	<i>Most Active Social Media Platform in Indonesia 2019</i>	9
Gambar 4.1	Keseharian Tiffani Afifa Saat Berada Korea Selatan.	45
Gambar 4.2	Konten Tiffani Afifa di <i>Feeds</i> Instagram.....	50
Gambar 4.3	<i>Insta Story</i> Tiffani Afifa.....	51
Gambar 4.4	Tiffani Afifa <i>me-review</i> Drama Korea.	52
Gambar 4.5	Tiffani Afifa Menjadi Narasumber Seminar Kesehatan.	53
Gambar 4.6	Postingan Pertama Tiffani Afifa di Instagram.	53
Gambar 4.7	Postingan <i>Insta Story</i> Tiffani Afifa.	55
Gambar 4.8	Profile Instagram Tiffani Afifa.	58
Gambar 4.9	Postingan <i>Insta Story</i> Tiffani Afifa.	59
Gambar 4.10	Konten Tiffani Afifa di <i>Feeds</i> Instagram.....	64
Gambar 4.11	Tiffani Afifa melakukan <i>Endorsement</i>	65
Gambar 4.12	Interaksi Tiffani Afifa dengan <i>Followers</i> di Fitur <i>Live</i> Instagram.	70

Gambar 4.13 Interaksi Tiffani Afifa dengan <i>Folowers</i> di Kolom Komentar <i>Feeds</i>	71
Gambar 4.14 Selebriti Instagram KPOP.....	72
Gambar 4.15 Tiffani Afifa Mem posting Foto dan <i>Cover Lagu</i>	73
Gambar 4.16 Postingan Konten Tiffani Afifa di <i>Feeds</i> Instagram.....	75
Gambar 4.17 Interaksi Tiffani Afifa dengan Artis Korea Nive di Kolom Komentar.....	76
Gambar 4.18 Kolaborasi Tiffani Afifa bersama Selebriti Instagram KPOP.....	77
Gambar 4.19 Keseharian Tiffani Afifa yang diunggah di Insta Story.....	78
Gambar 4.20 Tiffani Afifa membuat Konten #CookAtHome.	79
Gambar 4.21 Tiffani Afifa bersama Tiffani Friends mengadakan Buka Puasa Bersama.....	80
Gambar 4.22 Tiffani Afifa dan Alphiandi menjadi pemenang di ajang KPOP World Festival 2017 di Korea Selatan.	83
Gambar 4.23 Tiffani Afifa Menjadi finalis Rising Star Indonesia.	84
Gambar 4.24 Tiffani Afifa melakukan Wawancara Exclusive dengan artis KPOP.	84