



**Penerapan Personal Branding Rismonica Febiansya Sebagai Mojang  
Kota Bogor Melalui Media Sosial Instagram @monicanyaa**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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

Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Disusun Oleh:**

**Cindy Angelia H**

**44219010018**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**BIDANG STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Angelia Hidayat  
NIM : 44219010018  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN *PERSONAL*  
*BRANDING* RISMONICA  
FEBIANSYA SEBAGAI  
MOJANG KOTA BOGOR  
MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @MONICANYAA

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, 24 Februari 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Cindy Angelia Hidayat

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Cindy Angelia Hidayat  
NIM : 44219010018  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN *PERSONAL BRANDING*  
RISMONICA FEBIANSYA SEBAGAI MOJANG  
KOTA BOGOR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @MONICANYAA

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 Ilmu Komunikasi., Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si (  )  
NIDN : 0301117301  
Ketua Penguji : Dr. Nurhayani Saragih (  )  
NIDN : 0310016901  
Penguji Ahli : Siti Muslichatul (  )  
Mahmudah, M.Ikom  
NIDN : 8870701019

Menyetujui Ketua Bidang Studi **A S**

  
**MERCU BUANA**

Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

Jakarta, 19 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarella, M Si

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat dan kehendak-Nya sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“Penerapan *Personal Branding* Rismonica Febiansya Sebagai Mojang Kota Bogor Melalui Media Sosial Instagram @monicanyaa”** Banyak kendala yang dihadapi. Namun, berkat bimbingan Bapak/Ibu dosen yang bersangkutan proposal ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga proposal ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih ini kami tujukan kepada:

1. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan arahan dan masukan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suryaning Hayati, SE, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Elly Yulawati M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Anindita S.Pd, M.Ikom selaku Sekertaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
7. Seluruh Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta Ayah Asep dan Mamah Sumi yang telah banyak memberikan banyak pembelajaran dari kecil hingga sampai saat ini masih selalu mendampingi saya, memberikan segala bentuk dukungannya baik dari segi moral maupun materil sehingga penulis dapat tumbuh dengan baik dan bertahan melewati segala hambatan hingga saat ini. Tidak lupa juga untuk Kakak saya Anol yang selalu memberikan support dan hiburan disetiap keluhan saya. Om Jamal, Tante Windy, Mami Stella, dan Kakek Nenek saya yang turut memberikan dukungannya sehingga membuat saya tetap semangat dan kuat dalam menjalani pendidikan kuliah saya. Semoga kelak saya bisa membuat mereka bangga dengan pencapaian saya.
9. Partner spesial saya yang sudah menemani sejak 2016, Arviandri Ramadhan Loe, yang selalu menemani saya dalam suka dan duka, selalu sukarela memberikan bantuan dan dukungannya, selalu ada untuk penulis dari awal hingga saat ini. Terimakasih atas segala bentuk dukungan dan do'anya.

10. Partner pejuang skripsi Genk SeLir (Skripsi mengaLir) Ayu Syahnur Alfarabi Putri, Andrisa Shaliara Putri Arikendra, dan Annisa Marshaluna, teman seperjuangan skripsi yang memberikan supportnya dan selalu hadir baik dalam suka dan duka, terimakasih karena sudah memberikan canda dan tawa pada saat masa sulit ini.
11. Sahabat kecil saya, Nia, sahabat yang sudah seperti kakak sendiri selalu turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, selalu memberikan saran dan arahan yang baik disetiap hambatan dalam penelitian ini, terimakasih juga atas segala support dan do'anya.
12. Geng Sigliku tercinta, Icul dan Alfina, yang selalu hadir memberikan canda dan tawa disetiap keluhan saya, selalu memberikan segala bentuk support dan bantuannya ketika saya mengalami kesulitan. Terimakasih sudah hadir dihidup saya.
13. Partner naik Jaklingko dan Bis Mercu Buana, Siti Nurpuspita Khaerunnisa, my true friend since day one! Terimakasih sudah menjadi partner daftar dan pulang pergi kampus selama 3,5 tahun ini, terimakasih atas segala bentuk support dan candaannya.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan program studi Public Relations Angkatan 2019.
15. Rismonica Febiansya selaku objek dalam penelitian ini yang sudah suka rela meluangkan waktu dan tenaganya untuk melakukan wawancara dengan penulis.

16. Seluruh informan lainnya yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaganya dalam melakukan proses wawancara ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, saya menyadari bahwa proposal ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan adanya kritik atau saran yang positif agar proposal ini bisa menjadi lebih baik lagi.

Penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca untuk kedepannya untuk menambah pengetahuan dan menjadi referensi dalam dunia akademis khususnya dalam menerapkan *Personal Branding*. Besar harapan penulis juga bahwa penulisan ini bisa ditelaah atau diteliti lebih lanjut guna penelitian berikutnya secara lebih mendalam oleh para peneliti lainnya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Tangerang, 29 Januari 2023

Penyusun

Cindy Angelia Hidayat

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Cindy Angelia Hidayat  
NIM : 44219010018  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : PENERAPAN *PERSONAL*  
*BRANDING* RISMONICA  
FEBIANSYA SEBAGAI MOJANG  
KOTA BOGOR MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM  
@MONICANYAA

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 24 Februari 2023  
Yang menyatakan,



( Cindy Angelia Hidayat )



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.3 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian ini .....	14
2.2 Kajian Teoritis .....	15
2.2.1 Komunikasi .....	16
2.2.2 Public Relations .....	18
2.2.3 Personal Branding .....	20

2.2.4 Branding.....	25
2.2.5 Media Sosial.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Subyek Penelitian .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4.1 Data Primer .....	38
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Metode Analisis Data .....	40
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2.4 Gambaran Umum Rismonica Febiansya.....	44
4.2.5 Profil Instagram @monicanyaa.....	47
4.2.6 Identitas Informan.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Awal Mula Menggunakan Instagram.....	49
4.2.2 Hukum Spesialisasi ( <i>The Law of Specialization</i> ) .....	52
4.2.3 Hukum Kepemimpinan ( <i>The Law of Leadership</i> ) .....	58
4.2.4 Hukum Kepribadian ( <i>The Law of Personality</i> ).....	63
4.2.5 Hukum Perbedaan ( <i>The Law of Distinciveness</i> ) .....	66
4.2.6 Hukum Kenampakan ( <i>The Law of Visibility</i> ) .....	68
4.2.7 Hukum Kesatuan ( <i>The Law of Unity</i> ) .....	72
4.2.8 Hukum Keteguhan ( <i>The Law of Persistence</i> ) .....	74
4.2.9 Hukum Niat Baik ( <i>The Law of Goodwill</i> ).....	77
4.3 Pembahasan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91

5.2 Saran .....	94
5.2.1 Saran Akademis .....	94
5.2.2 Saran Praktis.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 .....	5
Gambar 4. 1 .....	45
Gambar 4. 2 .....	46
Gambar 4. 3 .....	47
Gambar 4. 4 .....	53
Gambar 4. 5 .....	55
Gambar 4. 6 .....	57
Gambar 4. 7 .....	59
Gambar 4. 8 .....	60
Gambar 4. 9 .....	61
Gambar 4. 10 .....	64
Gambar 4. 11 .....	67
Gambar 4. 12 .....	69
Gambar 4. 13 .....	70
Gambar 4. 14 .....	73
Gambar 4. 15 .....	75
Gambar 5. 1 .....	110
Gambar 5. 2 .....	111
Gambar 5. 3 .....	112
Gambar 5. 4 .....	113
Gambar 5. 5 .....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1.....	11
Tabel 2 2.....	14
Tabel 3 1.....	37
Tabel 4. 1.....	48
Tabel 4. 2.....	89
Tabel 5. 1.....	99
Tabel 5. 2.....	102
Tabel 5. 3.....	104
Tabel 5. 4.....	106
Tabel 5. 5.....	108

