



**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PERSONAL  
BRANDING PADA AKUN @DEBISAGITA**



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

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ina Marika  
NIM : 44218110059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada akun @debisagita

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.

UNIVERSITAS Jakarta, 28 Agustus 2023  
MERCU BUANA



Ina Marika

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ina Marika  
NIM : 44218110059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada akun @debisagita

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 Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid M.Si  
NIDN : 0301117301  
Ketua Penguji : Riswandi M.Si  
NIDN : 0309065903  
Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, MA  
NIDN : 0303069401




Jakarta, 28 Agustus 2023

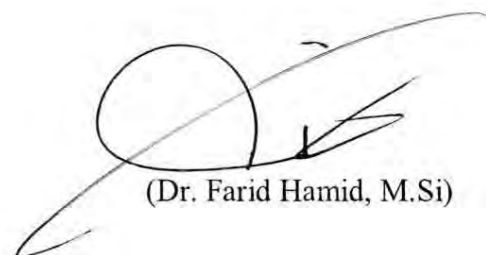
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PERSONAL BRANDING PADA AKUN @DEBISAGITA”. Dalam skripsi ini membahas mengenai penggunaan instagram sebagai alat personal branding. Adapun maksud dan tujuan dari skripsi ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada orang yang penulis hormati, yaitu Bapak Dr. Farid Hamid M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam kesempatan baik ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Kaprodi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. Suraya, M.Si selaku Sekprodi 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekprodi 2 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom selaku Sekprodi 3 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph D selaku Sekprodi 4 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teristimewa kepada keluarga besar penulis, Ibu yang sudah memberikan kasih dan sayang kepada penulis mulai dari kecil sampai sekarang, Almarhum Ayah yang menjadi alasan penulis mendaftar kuliah, saudara penulis yaitu Maurel Yasmin dan Satrio Zulfikar Rasya dan juga Om, Tante, Oma dan Almarhum Opa yang penulis sayangi. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan.
10. Untuk suami penulis, Rezca Syam SE yang memberikan semangat penuh dan mendo'akan tanpa pamrih.
11. Untuk teman-temanku seperjuangan sekaligus sahabatku di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Teresya Sugiwan, Elisa Yuniarti dan Lingga Kharisma terima kasih telah memberikanku semangat dan selalu mengingatkan satu sama lain

12. Untuk sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan sedari SMP hingga detik ini yaitu Sukma Ramadhan dan Fahmi Aditama yang selalu menghibur dan berbagi ilmu juga pengalaman.
13. Untuk informan Kunci Debi Sagita yang bersedia meluangkan waktunya dan berbagi mengenai personal branding dirinya.

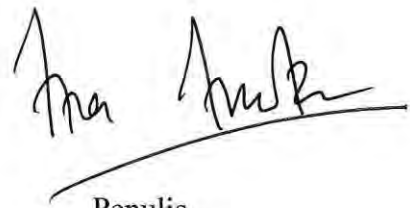
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2023



Penulis,

Ina Marika



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

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

Nama	: Ina Marika
NIM	: 44218110059
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada akun @debisagita

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ina Marika

## ABSTRAK

Nama : Ina Marika  
NIM : 44218110059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada akun @debisagita  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup banyak diminati masyarakat karena memiliki beragam manfaat, yaitu dapat di gunakan sebagai media komunikasi dan sebagai media personal branding. *Personal branding* merupakan fenomena yang khas. Jika kita lihat dari praktik hidup sehari-hari, disadari atau tidak, sebenarnya setiap orang bisa mempunyai *brand* nama sendiri yang melekat hasil proses interaksi dan waktu yang kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai *personal branding* artis dan juga *influencer* @debisagita dan mengetahui apakah Debi Sagita memenuhi konsep-konsep personal branding dengan tepat.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif dan paradigma Post-Positivisme, Data yang didapatkan, diperoleh dengan hasil wawancara secara langsung dengan Debi Sagita pemilik akun @debisagita sebagai narasumber utama dan Amanda Salma juga Baiti Syaghaf sebagai narasumber pendukung. Selain itu data juga didapatkan dengan hasil observasi, studi pustaka serta dokumentasi berdasarkan akun @debisagita.

Penelitian ini menggunakan teori delapan konsep pembentukan personal branding menurut Montoya dalam Haroen (2014:67-69) yang menjadi dasar hukum dalam membentuk personal branding, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, dan nama baik. Fitur-fitur Instagram yang dimanfaatkan berupa unggahan Foto, Video, Instastory, Highlight, dan Caption.



Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa personal branding yang dilakukan Debi tidak memenuhi delapan konsep personal branding menurut Monotya dan kurangnya pemanfaatan fitur-fitur Instagram yang disediakan, Debi Sagita tetap dapat meningkatkan *personal branding* dirinya di media sosial Instagram

Kata kunci : *Personal Branding*, Instagram, *Influencer*



## ABSTRACT

Name : Ina Marika  
NIM : 44218110059  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Pemanfaatan Instagram sebagai media personal branding pada akun @debisagita

Counsellor : Dr. Farid Hamid, M.Si

Instagram is one of the social media that is quite in demand by the public because it has a variety of benefits, which can be used as a medium of communication and as a medium of personal branding. Personal branding is a typical phenomenon. If we look at the practice of daily life, whether we realize it or not, actually everyone can have their own brand name attached to the results of complex interaction and time processes. This study aims to determine the use of Instagram social media as a personal branding of artists and influencers @debisagita and find out whether Debi Sagita fulfills the concepts of personal branding appropriately.

In this study using qualitative research methods with a descriptive study approach and the Post-Positivism paradigm, the data obtained were obtained by direct interviews with Debi Sagita, the owner of the @debisagita account as the main resource person, and Amanda Salma and Baiti Syaghaf as supporting speakers. In addition, data is also obtained by observation, literature studies and documentation based on @debisagita accounts.

This research uses the theory of eight concepts of personal branding formation according to Montoya in Haroen (2014: 67-69) which is the legal basis in forming personal branding, namely specialization, leadership, personality, difference, looks, unity, and good name. Instagram features are used in the form of uploading Photos, Videos, Instastory, Highlights, and Captions.

The results of this study revealed that Debi's personal branding did not meet the eight concepts of personal branding according to Monotya and the lack of utilization of Instagram features provided, Debi Sagita was still able to improve her personal branding on Instagram social media

Keywords : Personal Branding, Instagram, Influencer



## 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.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
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
2.2 Kajian Pustaka .....	26
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	26
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i> .....	28
2.2.3 <i>Personal Branding</i> .....	29
2.2.4 Konsep Dasar <i>Personal Branding</i> .....	30

1.2.5	Instagram.....	32
1.2.6	Fitur-Fitur Instagram.....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	36
3.2	Pendekatan Penelitian.....	37
3.3	Metode Penelitian.....	37
3.4	Subjek Penelitian.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Data Primer.....	39
3.5.2	Data Sekunder.....	41
3.6	Teknik Analisa Data.....	42
1.	Reduksi Data.....	43
2.	Penyajian Data.....	43
3.	Menarik Kesimpulan.....	43
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Profil Pemilik Akun Instagram Debi Sagita.....	45
4.1.2	Akun Instagram Debi Sagita (@debisagita).....	48
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Alasan pemilihan Instagram sebagai alat personal branding Debi Sagita	53
4.2.2	Pembentukan Personal Branding pada Instagram @debisagita.....	54
4.2.3	Pemanfaatan Instagram @debisagita dalam Personal Branding.....	79
4.2.4	Hambatan dalam proses Personal Branding Debi Sagita.....	84

4.3	Pembahasan .....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>92</b>
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>100</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Life Style</i> .....	56
Tabel 4. 2 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Behavior</i> .....	59
Tabel 4. 3 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Ability</i> .....	61
Tabel 4. 4 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Mission</i> .....	63
Tabel 4. 5 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Product</i> .....	65
Tabel 4. 6 <i>Personal Branding The Law of Specialization</i> Kategori <i>Profession</i> ...	67
Tabel 4. 7 <i>Tabel 4. 1 Postingan dalam aspek Kepribadian (The Law of Personality)</i> .....	68
Tabel 4. 8 <i>Postingan dalam aspek Kepribadian (The Law of Personality)</i> .....	71
Tabel 4. 9 <i>Postingan dalam Aspek Perbedaan (The Law of Distinctiveness)</i> .....	73
Tabel 4. 10 <i>Postingan dalam Aspek Terlihat (The Law of Visibility)</i> .....	75
Tabel 4. 11 <i>Postingan dengan Aspek Kesatuan (The Law of Unity)</i> .....	75
Tabel 4. 12 <i>Postingan dengan Aspek Keteguhan (The Law of Persistence)</i> .....	76
Tabel 4. 13 <i>Postingan dengan Aspek Nama Baik (The Law of Goodwill)</i> .....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Debi Sagita .....	47
Gambar 4. 2 Profil Instagram Debi Sagita @debisagita .....	50
Gambar 4. 3 Postingan dalam aspek fashion .....	51
Gambar 4. 4 Postingan dalam beragam aktivitas <i>Sporty</i> .....	52

