



**STRATEGI PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING VALERIE
TIFANKA MELALUI AKUN INSTAGRAM @VALTIFANKA PADA
TAHUN 2022**

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
DINI HANIPAH MULYANI
44218320001
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Hanipah Mulyani
NIM : 44218320001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Pembentukan Personal Branding Valerie Tifanka
Melalui Akun Instagram @Valtifanka Pada Tahun 2022

Menyatakan bahwa 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 Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 15 September 2023



(Dini Hanipah Mulyani)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dini Hanipah Mulyani
NIM : 44218320001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Pembentukan Personal Branding Valerie Tifanka Melalui Akun Instagram @Valtifanka Pada Tahun 2022

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.

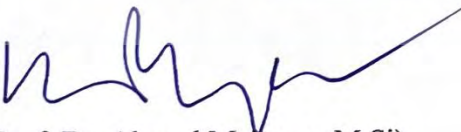
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Ambarsari, S.Sos. M.Ikom
NIDN : 0303047803
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.Ikom
NIDN : 0322028702



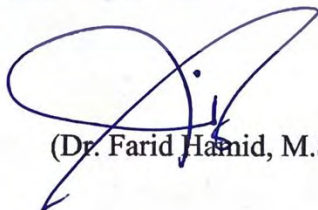
Jakarta, 15 September 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sebagaimana tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu (S-1), dari Bidang Studi Public Relations di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan dalam penyusunan Skripsi ini kepada Allah SWT, kedua orang tua yang selalu mendoakan dan kepada :

1. Dewi Ambarsari, S.Sos. M.IKom selaku pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, serta waktunya dan selalu memberi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada nara sumber terutama Valerie Tifanka, Diona Dewiriana, dan Kirey Agnesia yang senantiasa menyempatkan waktunya untuk dapat saya wawancarai.
3. Farid Hamid Umarela Dr. M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen - dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing dari semester satu sampai saya bisa menempuh dititik saat ini menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih atas dukungannya.
5. Serta teman dan orang orang terdekat lainnya yang telah memberikan saya semangat dalam mengerjakan tugas.

Akhir kata Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu peneliti memohon maaf atas ketidaksempurnaan ini karena sesungguhnya kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

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

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

Nama : Dini Hanipah Mulyani
NIM : 44218320001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Pembentukan Personal Branding Valerie Tifanka Melalui Akun Instagram @valtifanka Pada Tahun 2022

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, 15 September 2023

Yana

6466AAKX543138244
(Dini Hanipah Mulyani)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademik.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Tabel Analisis Kajian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 Personal Branding	18
2.2.2.1 Teori Personal Branding.....	20
2.2.3 Media Sosial	22
2.2.3.1 Instagram	23
2.2.4 Aktris	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Data Primer.....	30

3.4.2	Data Sekunder	31
3.5	Teknik Analisis Data	31
3.6	Teknik Pemeriksa Keabsahan.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Karakteristik Personal Branding.....	40
4.3	Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Akademis.....	66
5.2.2	Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1. Tabel Analisis Kajian Terdahulu	10
Table 4.1.2. Jenis Jenis Influencer Berdasarkan Jumlah Pengikut	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Halaman Instagram Valerie Tifanka	2
Gambar 2. Bagan Tahap Pengambilan Kesimpulan	32
Gambar 3. Foto Valerie Tifanka, Tifanka.	34
Gambar 4. Foto poster sinetron “Dunia Terbalik	35
Gambar 5. Foto wisuda Valerie Tifanka, Tifanka.	36
Gambar 6. Postingan Valerie Tifanka mempromosikan aplikasi trend “Ai Arts”	47
Gambar 7. Foto <i>endorsement</i> Valerie Tifanka bersama Indomie <i>Premium</i>	48
Gambar 8. Postingan Valerie Tifanka berolahraga tenis	49
Gambar 9. Postingan Valerie Tifanka melakukan charity ke Labuan Bajo	50



DAFTAR LAMPIRAN

1. Interview Guide Wawancara Mendalam Dengan Valerie Tifanka	71
2. Interview Guide Wawancara Mendalam Dengan Influencer Marketing Specialist	72
3. Interview Guide Wawancara Mendalam Dengan Pengikut Instagram Valerie Tifanka	73
4. Transkrip In-Depth Interview Dengan Narasumber	74
5. Dokumentasi	82
6. CV Peneliti	83

