



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PERSONAL BRANDING *BEAUTY VLOGGER @NADYANAUFEL*
MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Kelulusan Dan Menempuh Gelar Strata 1 (S1) Ilmu

Komunikasi Bidang Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

RISMA WATY SUDIRMAN PUTRI

44217110193

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

i

LEMBAR PERYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risma Waty Sudirman Putti
NIM : 44217110193
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Analisis Personal Branding Beauty Vlogger@Nadyanaufel Melalui Pemanfaatan Media Sosial** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 24 September 2022
Yang membuat pernyataan,



(Risma Waty Sudirman Putri)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Risma Waty Sudirman Putri
NIM : 44217110193
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Analisis Personal Branding *Beauty Vlogger* @Nadyanaufel Melalui Pemanfaatan Media Sosial**

Jakarta, 24 September 2022

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



(Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom)



Ketua Bidang Studi Public Relations



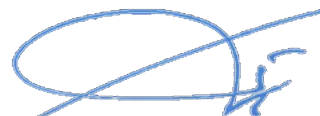
(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma Waty Sudirman Putri

NIM : 44217110193

Fakultas / Prodi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Karya : ANALISIS PERSONAL BRANDING BEAUTY VLOGGER

@NADYANAUFEL MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

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 Royalty*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif di 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, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Risma Waty Sudirman Putri

44217110193

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Risma Waty Sudirman Putri

NIM : 44217110193

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Branding *Beauty Vlogger @Nadyanaufel* Melalui Pemanfaatan Media Sosial

Abstrak

Eksistensi sosial media saat ini semakin banyak digunakan berbagai kalangan masyarakat untuk menarik para pengguna lainnya, khususnya bagi remaja dan dewasa awal. Instagram, Tiktok dan Youtube merupakan salah satu contoh media sosial yang sedang banyak digandrungi oleh pengguna internet untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Konten Kreator pun berbondong-bondong menunjukkan konten yang tak hanya menghibur namun juga mengedukasi pengikutnya lewat makeup. Skripsi ini bertujuan untuk membahas bagaimana strategi yang dibangun oleh Nadya Naufel dalam media sosial Instagram, Tiktok dan Youtube dengan menggunakan teori Peter Montoya mengenai 8 konsep Personal Branding (the Eight Laws of Personal Branding) yang meliputi: Spesialisasi (*law of specialization*), Kepemimpinan (*law of leadership*), Kepribadian (*law of personality*), Perbedaan (*law of distinctiveness*), Kenampakan (*law of visibility*), Kesatuan (*law of unity*), Keteguhan (*law of persistence*) dan Nama Baik (*law of goodwill*) dan Karakteristik 4C Media Sosial menurut Chris Heuer dalam buku Engage (Solis, 2010:263) Context: "How we frame our stories." Communication: "The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing." Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective." Connection: "The relationships we forge and maintain.". Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan wawancara mendalam dengan 4 subjek penelitian, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Nadya Naufel menggunakan media sosial Instagram, TikTok dan Youtube sebagai alat personal branding dalam membentuk citra diri menggunakan 8 konsep personal branding Peter Montoya secara Optimal. Personal Branding yang dibangun oleh Nadya Naufel ini dikenal sebagai sosok yang ramah, *humble* (rendah hati), simple, mudah bergaul, ceria dan *positif vibes*.

Kata kunci: Nadya Naufel, Instagram, TikTok, Youtube, Personal Branding, Self Image

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Risma Waty Sudirman Putri

NIM : 44217110193

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Branding *Beauty Vlogger @Nadyanaufel* Melalui Pemanfaatan Media Sosial

Abstract

In order to draw in new users, social media is currently being used by a variety of organizations, particularly young adults and teenagers. Internet consumers love social media sites like Instagram, Tiktok, and Youtube as sources of information and pleasure. Content producers swarm to produce videos that educate their viewers while also amusing them. Using Peter Montoya's theory of the eight concepts of personal branding (the Eight Laws of personal branding), which include specialization (law of specialization), leadership (law of leadership), personality (law of personality), difference (law of distinctiveness), appearance (law of visibility), and unity, this thesis aims to discuss how Nadya Naufel's strategy was developed in social media for Instagram, Tiktok, and Youtube (law of unity), Good Name (law of goodwill), Firmness (law of persistence), and the four C's According to Chris Heuer in the book Engage, social media (Solis, 2010:263) "How we frame our stories" is the context. Communication: "The art of hearing, responding, and evolving while also sharing our shared story." Collaboration: "Working together to improve, increase efficiency, and maximize effectiveness." Connection: "The bonds we establish and uphold." The results of the analysis in this study show that Nadya Naufel uses social media like Instagram, TikTok, and Youtube as personal branding tools to create the best possible self-image using Peter Montoya's 8 personal branding concepts. The analysis was conducted using qualitative research methods and in-depth interviews with 4 research subjects. Nadya Naufel's personal brand positions her as a person who is approachable, humble, straightforward, amicable, upbeat, and radiates positivity.

Key words: Nadya Naufel, personal branding, self-image, Youtube, TikTok

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, dan inayah-Nya serta ditambah dengan semangat dan kerja keras sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “**Analisis Personal Branding Beauty Vlogger @Nadyanaufel melalui pemanfaatan Media Sosial**”. Sebagai bagian dari syarat-syarat yang diperlukan guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dari Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini. Besar harapan penulis semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan, khususnya bagi peneliti yang bermaksud untuk melakukan penelitian lanjutan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua Peneliti Bapak Sudirman dan Ibu Heni Mahdawati terima kasih atas doa, kasih sayang dan dukungannya serta dukungan moril sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen

Pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

3. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan solusi/masukan yang bermanfaat mengenai perkuliahan yang peneliti tanyakan melalui beliau
4. Ibu Suryaning Hayati, MM., M.Ikom, selaku Ketua Bidang Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
7. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada saya selama proses perkuliahan.
8. Seluruh informan/narasumber yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi dan bersedia untuk memberikan data dan informasi serta berbagi pengalaman kepada peneliti.

Tanpa mengurangi rasa hormat, tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dan pihak lain yang tidak dapat dicantumkan satu per satu dalam tulisan ini. Semoga segala kebaikan, dukungan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini bisa menjadi berkat bagi sesama. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat mendukung secara efektif tercapainya tujuan pembelajaran, khususnya di

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih.

Jakarta, 14 Juni 2022

Risma Waty Sudirman Putri



Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Lembar Pernyataan Mahasiswa.....	ii
Lembar Pengesahan Tugas Akhir.....	iii
Lembar Pernyataan Keabsahan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir.....	iv
Abstrak	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis	57
BAB III Tinjauan Pustaka	
3.1 Paradigma Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian	58
3.3 Subjek Penelitian	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.5 Teknik Analisis Data	63
3.6 Teknik Keabsahan Data	65
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.2 Hasil Penelitian	69

4.3 Pembahasan	94
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	104
Daftar Pustaka	106
Lampiran.....	110
Curriculum Vitae	115
Lampiran Dokumentasi	116

