



**IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING* REN KATILI
SEBAGAI ARSITEK MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @arsitektropis Tahun 2023**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I
(S-1) Komunikasi bidang studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Andriansyah Ramadan

44219120107

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andriansyah Ramadan
NIM : 44219120107
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Personal Branding* Ren Katili Sebagai
Arsitek Melalui Media Sosial Instagram
@arsitektropis Tahun 2023

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, 30 Januari 2024



Andriansyah Ramadan


HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:


Nama : Andriansyah Ramadan
NIM : 44219120107
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING*
REN KATILI SEBAGAI ARSITEK
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@ARSITEKTROPIS TAHUN 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom ()
NIDN : 0326089202

Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA ()
NIDN : 0303069401


Penguji Ahli : Dr. Ira Purwitasari, M. Ikom ()
NIDN : 0302066903

Jakarta, 30 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Andriansyah Ramadan
NIM : 44219120107
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Personal Branding* Ren Katili Sebagai
Arsitek Melalui Media Sosial Instagram
@arsitektropis Tahun 2023

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, 30 Januari 2024



Andriansyah Ramadan

ABSTRAK

Nama : Andriansyah Ramadon
NIM : 44219120107
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Personal Branding* Ren Katili Sebagai
Arsitek Melalui Media Sosial Instagram
@arsitektropis Tahun 2023
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, S. Ikom, M. Ikom

Ada berbagai macam media yang dapat digunakan oleh seorang individu untuk membangun *personal branding*. Melalui perkembangan teknologi yang pesat, seorang individu dapat membangun *personal brand* melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan untuk membangun suatu *personal brand* adalah Instagram. Pemanfaatan instag sebagai media branding juga dilakukan oleh Renhata Katili yang merupakan seorang arsitek profesional. Penelitian ini membahas tentang Implementasi *Personal Branding* Ren Katili Sebagai Arsitek Melalui Media Sosial Instagram @arsitektropis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana implementasi *personal branding* Ren Katili sebagai arsitek melalui media sosial instagram @arsitektropis ditinjau dari delapan konsep *personal branding* (*The Eight Laws of Personal Branding*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivisme. Pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data kualitatif menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* Ren Katili dari delapan konsep Montoya hanya tujuh yang memenuhi unsur pembentuk *personal branding* yakni, ***Spesialisasi***, Ciri khas disain arsitektur iklim tropis. ***Perbedaan***, penggunaan akun @arsitektropis sebagai akun pribadi. ***Kepemimpinan***, memiliki sifat *leadership* dalam setiap memimpin rapat, mempengaruhi audiens dengan ilmu pengetahuan dan pengalaman. ***Kepribadian***, Memiliki kepribadian yang menarik, humoris, *humble* dan baik. ***Kesatuan***, Memperlihatkan apa adanya. ***Terlihat***, Konsisten mengunggah konten di Instagram. ***Nama baik***, Memiliki jiwa sosial yang tinggi dan tidak menanggapi *haters*. Kelemahan Ren Katili yakni pada konsep ***Keteguhan***, Tidak mengoptimalkan salah satu fitur yang ada di Instagram yakni Instagram *Live* sebagai daya tarik Ren Katili dalam berinteraksi dengan audiens.

Kata kunci : *Personal Branding, Public Relations, Media Sosial, Instagram, ArsitektropiS*

ABSTRACT

Name : Andriansyah Ramadan
NIM : 44219120107
Study Program : Communication Studies
Title Internship Report : Implementation of Ren Katili's Personal Branding as an Architect via Social Media Instagram @arsitektropis on 2023
Counsellor : Siti Muslichatul Mahmudah, S. Ikom, M. Ikom

Various types of media can be used by an individual to build personal branding. Through rapid technological developments, an individual can build a personal brand through social media. One of the social media used to build a personal brand is Instagram. Renhata Katili, who is a professional architect, also uses Instagram as a branding medium. This research discusses the implementation of Ren Katili's branding as an architect via social media Instagram @arsitektropis. This research aims to analyze how Ren Katili's branding as an architect is implemented through the social media Instagram @arsitektropis in terms of eight personal branding concepts (The Eight Laws of Personal Branding).

This research uses a qualitative approach with descriptive research methods. The research paradigm used is constructivism. Data collection through interviews and documentation. The qualitative data analysis method uses data reduction, data presentation, and conclusions. The data validity technique uses source triangulation techniques.

The research results show that Ren Katili's personal branding of Montoya's eight concepts, only seven fulfill the elements that form personal branding, namely, **Specialization**: Characteristics of tropical climate architectural design. **Difference**, Using the @arsitektropis account as a personal account. **Leadership**, having leadership qualities in every meeting, influencing the audience with knowledge and experience. **Personality**: Has an attractive, humorous, humble and kind personality. **Unity**, Showing what is. **Visible**, consistently uploading content on Instagram. **Goodwill**, Have a high social spirit, and do not respond to haters. Ren Katili's weakness is the concept of **Constancy**, not optimizing one of the features on Instagram, namely Instagram Live, as an attraction for audiences to interact with Ren

Keywords: Personal Branding, Public Relations, Social Media, Instagram, ArsitektropiS

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T karena atas rahmat yang luar biasa memberikan Kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini, berkat doa, semangat dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak penyusunan penelitian mengenai “Implementasi *Personal Branding* Ren Katili Sebagai Arsitek Melalui Media Sosial Instagram @arsitektropis Tahun 2023”.

Peneliti menyadari bahwa penyelesaian penelitian ini bukan semata-mata hasil kerja keras peneliti sendiri tetapi karena dukungan juga dari beberapa pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan banyak ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen pembimbing skripsi yang selama ini sudah banyak membantu dan membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan benar.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Irmulan Sati, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, MA selaku ketua sidang dan Ibu Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom selaku penguji ahli yang telah membantu dan memberikan saran untuk kesempurnaan dalam pengengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh Tenaga Pendidik dan Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk segala jasa-jasanya selama masa perkuliahan.
7. Orang tua tercinta Bapak Yusup Ardabili dan Ibu Heni Herawati, Tedi Mukmin Darmawan, M. Farhan Hermansyah, Gina Kurniawati, dan Sarah

Aprilia selaku keluarga yang telah memberikan penuh dukungan, doa, semangat, dan kasih sayangnya selama ini.

8. Para sahabat Irwan, Gerald, Bella Rohibunda, Claudia Conzaqa, Andreas Mulyadi, Ayu Artikandi yang membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
9. Para rekan kerja Apartemen Lavie All Suites Ibu Adelina Panggabean, Ibu Tania, Ibu Ayu dan Ibu Yetriza yang telah mempermudah dalam mengatur jadwal kerja peneliti sehingga tidak adanya hambatan selama penyusunan skripsi ini.
10. Para pejuang S. Ikom Arfan, Ana Komala, Tirahmah, Hanzalah, Dewi Fardiana, Desi Fardila, dan Widya yang selalu memberikan dukungan bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Renhata Katili, Vania Alisha, Stefanus Halim, M. Dhendy Rukmana, TB Gaia Caisa Montana, dan Subroto yang sangat membantu dan meluangkan waktunya dalam penelitian ini.
12. Berbagai pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak lepas dari kekurangan, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun guna tercapainya kesempurnaan proposal penelitian ini. Akhir kata, semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya bagi pecinta ilmu kehumasan.

Jakarta. 30 Januari 2024
Yang menyatakan



Andriansyah R

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.4.3 Manfaat Sosial.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kajian Teoritis	26
2.2.1 Media Baru (<i>New Media</i>)	26
2.2.2 Karakteristik Media Baru.....	29
2.2.3 Media Sosial.....	30
2.2.4 Karakteristik Media Sosial.....	34
2.2.5 Instagram	35
2.2.6 <i>Public Relations</i>	39

2.2.7 Fungsi <i>Public Relations</i>	40
2.2.8 <i>Branding</i>	43
2.2.9 <i>Digital Branding</i>	45
2.2.10 <i>Personal Branding</i>	48
2.2.11 Unsur Pembentuk <i>Personal Branding</i>	49
BAB III METODELOGI PENELITIAN	54
3.1 Paradigma Penelitian	54
3.2 Metode Penelitian	55
3.3 Subjek Penelitian.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.4.1 Data Primer	60
3.4.2 Data Sekunder.....	61
3.5 Teknik Analisis Data.....	62
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.1 Profil Instagram Renhata Katili	66
4.1.2 Struktur Organisasi.....	69
4.1.3 <i>Job Descriptions</i>	70
4.2 Hasil Penelitian	72
4.2.1 Penggunaan Instagram Sebagai Media <i>Personal Branding</i> Ren Katili.....	74
4.2.2 <i>Personal Branding</i> Renhata Katili di Media Sosial Insragram	76
4.2.2.1 Spesialisasi Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	77
4.2.2.2 Perbedaan Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	80
4.2.2.3 Kepemimpinan Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	82
4.2.2.4 Kepribadian Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	84

4.2.2.5 Kesatuan Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	86
4.2.2.6 Keteguhan Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	87
4.2.2.7 Nama Baik Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	89
4.2.2.8 Terlihat Renhata Katili Dalam <i>Personal Branding</i> Di Instagram	91
4.2.3 Pengenalan Renhata Katili Oleh Follower Instagarm	94
4.3 Pembahasan	106
4.3.1 Dilihat dari perspektif spesialisasi	107
4.3.2 Dilihat dari perspektif Perbedaan.....	108
4.3.3 Dilihat dari perspektif Kepemimpinan	110
4.3.4 Dilihat dari perspektif Kepribadian.....	111
4.3.5 Dilihat dari perspektif Kesatuan	112
4.3.6 Dilihat dari perspektif Keteguhan.....	113
4.3.7 Dilihat dari perspektif Nama Baik	114
4.3.8 Dilihat dari perspektif Terlihat	116
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran.....	121
5.2.1 Saran Akademis	121
5.2.2 Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN PENELITIAN.....	128
BIODATA RIWAYAT HIDUP	166

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4.1 Konsep <i>Personal Branding</i> Ren Katili.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram & Twitter @arsitektropis.....	9
Gambar 1.2 Feed Instagram @arsitektropis	10
Gambar 1.3 Presentase Pengguna Instagram di Indonesia.....	14
Gambar 4.1 Profil Instagram Renhata Katili.....	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	69
Gambar 4.3 Unggahan Hasil Karya Desain	99
Gambar 4.4 Profil Instagram Ren Katili	100
Gambar 4.5 Instagram Stories saat memimpin Rapat.....	100
Gambar 4.6 Unggahan balasan komentar Ren Katili	101
Gambar 4.7 Unggahan Saat Ren Katili di Wawancara.....	102
Gambar 4.8 Unggahan Konten Instagram Ren Katili.....	102
Gambar 4.9 Ren Katili menggunakan fitur Add Mention Story	103
Gambar 4.10 Unggahan Saat berkunjung ke Sekolah Difabel.....	104
Gambar 4.11 Unggahan diluar konten karya desain arsitektur	105

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara	128
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Key Informan 1	132
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Key Informan 2	143
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Key Informan 3	149
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 1	155
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 2	157
Lampiran 7 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pendukung 3	159
Lampiran 8 Surat Permohonan Wawancara Renhata Katili	161
Lampiran 9 Dokumentasi Foto Wawancara Dengan Narasumber	162

