



**IMPLEMENTASI KONSEP *PERSONAL BRANDING*
SELEBGRAM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM *ENDORSEMENT* (STUDI AKUN INSTAGRAM
@ZAKYAULL)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh:

Nadya Nurul Amanda Putri

44220010038

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

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Nurul Amanda Putri

NIM : 44220010038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Konsep Personal Branding Selebgram
Melalu Media Sosial Instagram dalam Endorsement
(Studi akun Instagram @Zakyau11)

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, 19 Juni 2024

UNIVERSI
MERCU BUANA



150FCALX162572108
Nadya Nurul Amanda Putri

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING HALAMAN

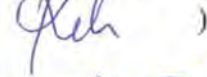

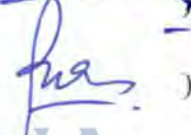
PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nadya Nurul Amanda Putri
NIM : 44220010038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Konsep Personal Branding Selebgram
Melalu Media Sosial Instagram dalam Endorsement
(Studi akun Instagram @Zakyau11)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Riki Arswendi S.Sos, M. Ikom ()
NIDN : 0316088503
Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, M. Si ()
NIDN : 0330077301
Penguji Ahli : Dr. Rosmawaty H, S.Sos, MT ()
NIDN : 03030227301

Jakarta, 19 Juni 2024

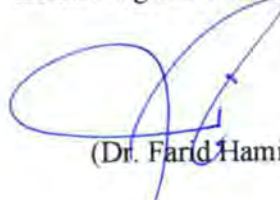
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nadya Nurul Amanda Putri
NIM : 44220010038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Konsep Personal Branding Selebgram
Melalu Media Sosial Instagram dalam Endorsement
(Studi akun Instagram @Zakyauull)

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, 19 Juni 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Nadya Nurul Amanda Putri)

ABSTRAK

Nama : Nadya Nurul Amanda Putri
NIM : 44220010038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Konsep Personal Branding Selebgram
Melalu Media Sosial Instagram dalam Endorsement
(Studi akun Instagram @Zakyauull)
Pembimbing : Riki Arswendi S.Sos, M. Ikom

Zaky Aulia Amini, sebagai salah satu selebritis instagram yang berhasil membangun *personal branding* di sosial medianya yaitu Instagram. Akun Instagram yang dimilikinya memiliki keunikan tersendiri yang menjadi pembeda dengan akun lainnya, tetapi juga dapat memikat orang lain untuk melihat dan mengikuti akun Instagram tersebut.

Tujuan penelitian ini ingin mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Implementasi Konsep *Personal Branding* Zaky Aulia Amini melalu *platform* media sosial Instagram, dengan fokus pada akun Instagram @zakyauull. Zaky Aulia Amini ialah seorang selebritis instagram yang melakukan promosi sebuah produk-produk endorsement kepada *followersnya*.

Metode pengumpulan data dilakukan mendalam dengan narasumber utama Zaky Aulia Amini dan beberapa informan yang merupakan *followers* Zaky di *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan 8 konsep *personal branding* yang dikemukakan oleh Montoya.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan hasil yang diperoleh Zaky Aulia Amini memenuhi 8 konsep *Personal Branding*. Dari data yang didapat dalam penelitian ini, ada 3 kriteria utama yang dilakukan oleh Zaky Aulia Amini membangun *Personal Branding* di akun Instagramnya yaitu *visibility*, *persistence*, *goodwill*.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Selebgram, Instagram, *Endorsement*.

ABSTRACT

Name : Nadya Nurul Amanda Putri
NIM : 44220010038
Title Intership Report : Implementation of the Celebrity Personal Branding
Concept via Instagram social media in endorsements
(Study of the @Zakyauull account)
Counsellor : Riki Arswendi S.Sos, M. Ikom

Zaky Aulia Amini, as one of the Instagram celebrities who has succeeded in building personal branding on her social media, namely Instagram. His Instagram account has its own uniqueness which differentiates it from other accounts, but can also attract other people to see and follow the Instagram account.

The aim of this research is to find out and describe how Zaky Aulia Amini's Personal Branding Concept is implemented through the social media platform Instagram, with a focus on the Instagram account @zakyauull. Zaky Aulia Amini is an Instagram celebrity who promotes endorsement products to her followers.

The data collection method was carried out in depth with the main source Zaky Aulia Amini and several informants who were Zaky's followers on Instagram. This research uses a qualitative descriptive method using 8 personal branding concepts proposed by Montoya.

Based on research carried out, the results obtained by Zaky Aulia Amini fulfill 8 Personal Branding concepts. From the data obtained in this research, there are 3 main criteria used by Zaky Aulia Amini to build Personal Branding on her Instagram account, namely visibility, persistence, goodwill.

Keywords : *Personal Branding, Celebrity, Instagram, Endorsement.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah membimbing hamba-Nya menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan penuh kemudahan. Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Laporan ini penulis susun dengan segala keterbatasan, baik itu dalam penyusunan kata, kalimat dan bahasa maupun dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan sebagaimana layaknya. Di dalam penelitian ini penulis membahas tentang “Implementasi Konsep *Personal Branding* Selebgram Melalui Media Sosial Instagram Dalam *Endorsement* (Studi Akun Instagram @Zakyau1)“. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya serta peneliti sendiri secara khusus. Peneliti serta penulisan tidak akan berlangsung dengan lancar tanpa adanya motivasi, dukungan, serta bantuan dari seluruh pihak yang terlibat dan membantu penulis menyusun laporan ini, diantaranya yaitu:

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama menyusun Tugas Akhir Skripsi.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun Tugas Akhir Skripsi.
3. Ibu Dr. Irmulansati, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ketua Penguji yang telah membantu penulis memberikan arahan selama menyusun Tugas Akhir Skripsi.

4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang selalu memberikan semangat dan bimbingan kepada penulis selama menyusun Tugas Akhir Skripsi.
5. Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan S.Sos, M.T selaku Penguji Tugas Akhir Skripsi penulis yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang memberikan ilmu nya kepada penulis.
7. Keluarga tersayang yang selalu mendukung penulis terutama Papah Suyanto dan Mama Yulita selaku kedua orang tua. Kakak penulis yaitu Dhea Anishia, Ryan Theo, Rauzan Fikri dan Casilda Azka. Terima kasih banyak untuk kasih kalian kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik.
8. Mas D yang saat ini menjadi kekasih saya. Terima kasih banyak sudah menjadi tempat keluh kesah penulis, menemani penulis serta memberikan kasih sayang perhatian yang tulus untuk selalu menyemangati dan memotivasi penulis sehingga terus terdorong maju untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Triwani Nurahmi, Silvi Ramadhayanti, Andin Safitri, Aloina Natashia, Keke Eka Fadilla dan Indika Yusefi selaku sahabat penulis yang selalu membantu penulis dalam masa tersulit.
10. Zaky Aulia Amini yang bersedia menjadi subjek penelitian pada Laporan

Tugas Akhir penulis yang membahas terkait Implementasi Konsep *Personal branding* Selebgram di media sosial Instagram dalam Endorsement.

11. Seluruh teman Program Studi Public Relations angkatan 2020 yang telah mendukung penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Penulis hanya dapat menyampaikan terima kasih, serta terus berdoa agar segala kebaikan yang diberikan dapat menjadi suatu amal yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Selain itu penulis juga sangat menyadari bahwa temuan penelitian ini masih belum sempurna, terdapat begitu banyak kesalahan baik dalam penulisan kata ataupun berbagai kekurangan lain dalam menyampaikan materi. Karenanya dibutuhkan kritik serta saran yang sifatnya membangun agar kesempurnaan penelitian dapat dicapai.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	12
1.3. Tujuan penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kajian Teori.....	21
2.2.1. Komunikasi Cyber.....	22
2.2.3. Media sosial & Instagram	24
2.2.4. Personal Branding	28
2.2.5. Selebgram	32
2.2.6. Endorsement	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Paradigma Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	37

3.3. Subjek Penelitian	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1. Profile Informan Pendukung	47
4.2. Hasil Penelitian & Pembahasan	48
4.2.1. Aspek Spesialisasi	48
4.2.2. Aspek Kepemimpinan	51
4.2.3. Aspek Kepribadian	53
4.2.4. Aspek Perbedaan	56
4.2.5. Aspek Terlihat	59
4.2.6. Aspek Kesatuan	62
4.2.7. Aspek Keteguhan	63
4.2.8. Aspek Nama Baik	64
4.3. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran	75
5.2.1. Saran Akademis	75
5.2.2. Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Instagram di Indonesia 2024.....	2
Gambar 1. 2 Akun Instagram Zaky Aulia Amini.....	7
Gambar 1. 3 Akun Instagram Zaky Aulia Amini.....	8
Gambar 4. 1 Akun Instagram Zaky Aulia Amimi.....	46
Gambar 4. 2 Tampilan Bio Instagram Zaky Aulia Amini	48
Gambar 4. 3 Tampilan Postingan Zaky Aulia Amini	53
Gambar 4. 4 Tampilan Postingan Zaky Aulia Amini	54
Gambar 4. 5 Tampilan Komentar Dalam Postingan Zaky Aulia Amini (Sumber: Instagram @Zakyau11)	55
Gambar 4. 6 Tampilan Postingan Zaky Aulia Amini	58
Gambar 4. 7 Tampilan Postingan Zaky Aulia Amini	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Informan Penelitian	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	81
Lampiran 2 DOKUMENTASI SUBJEK PENELITIAN ZAKY AULIA AMINI 99	
Lampiran 3 DOKUMENTASI INFORMAN	100
Lampiran 4 CURRICULUM VITAE.....	102

