



PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI PERSONAL BRANDING

(Analisi Isi Kualitatif Personal Branding Rachel Vennyta Dalam Akun
IG @rachelvennya Pada Periode Bulan Januari 2022)

TUGAS AKHIR SKRIPSI :

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Syahfirah Ramadhani

44219010046

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahfirah Ramadhani

NIM : 44219010046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI PERSONAL
BRANDING (Analisis Isi Kualitatif Personal Branding
Rachel Vennyta Dalam Akun IG @rachelvennya Pada
Periode Bulan Januari 2022)

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, 18 Maret 2024



(Syahfirah Ramadhani)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Syahfirah Ramadhani
NIM : 44219010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI PERSONAL
BRANDING (Analisis Isi Kualitatif Personal Branding
Rachel Venny Dalam Akun IG @rachelvennya Pada Periode
Bulan Januari 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 : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

NIDN : 0310016901

Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si

NIDN : 0330077301

Penguji Ahli : Nindyta A, D, M.Si

NIDN : 0321018802

()

()

()

Jakarta, 18 Maret 2024

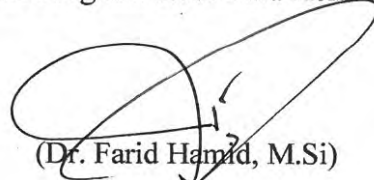
Mengetahui,

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 : Syahfirah Ramadhani

NIM : 44219010046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI
PERSONAL BRANDING (Analisis Isi Kualitatif Personal
Branding Rachel Vennya Dalam Akun Instagram
@rachelvennya Pada Periode Bulan Januari 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, 18 Maret 2024

Yang menyatakan,

(Syahfirah Ramadhani)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat dan kehendak-Nya sehingga saya dapat Menyusun dan menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI *PERSONAL BRANDING* (Analisis Isi Kualitatif *Personal Branding* Rachel Venny Dalam Akun IG @rachelvennya Pada Periode Bulan Januari 2022)”** Banyak kendala yang dihadapi. Namun, berkat bimbingan Bapak/Ibu dosen yang bersangkutan proposal ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga proposal ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih ini kami tujukan kepada :

1. Nurhayani Saragih, Dr, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan arahan dan masukan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Selurus Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Ibu Anindita, S.Pd., M.I.Kom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir yang senantiasa memberikan waktu, arahan kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen bidang studi *Public Relations* yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan ilmu, pengalaman, waktu dan juga materi serta memotivasi dan memberikan bimbingan yang bermanfaat bagi kehidupan penulis untuk siap terjun di dunia kerja.

8. Seluruh Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Kedua Orang Tua saya tercinta Ayah Sahrudin dan Ibu Desmawati yang telah banyak memberikan banyak pembelajaran dari kecil hingga sampai saat ini masih selalu mendampingi saya, memberikan segala bentuk dukungannya baik dari segi moral maupun materil sehingga penulis dapat tumbuh dengan baik dan bertahan melewati segala hambatan hingga saat ini. Tidak lupa juga untuk Kakak saya Dandy yang selalau memberikan Psupport dan hiburan disetiap keluhan saya . Om Anjas, Tante Diana, Raikal dan Raihana sepupu saya yang turut memberikan dukungannya sehingga membuat saya tetap semangat dan kuat dalam menjalani pendidikan kuliah saya. Semoga kelak saya bisa membuat mereka bangga dengan pencapaian saya.
10. Partner special saya yang sudah menemani sejak 2019, Bimo Ali Rahmat, yang selalu menemani saya dalam suka dan duka, selalu sukarela memberikan bantuan dan dukungannya, selalu ada untuk penulis dari awal hingga saat ini. Terimakasih atas segala bentuk dukungan dan do'anya.
11. Partener pejuang skripsi kelas Tugas Akhir, teman seperjuangan skripsi yang memberikan supportnya dan selalu hadir baik dalam suka dan duka, terimakasih karena sudah memberikan canda dan tawa pada saat masa sulit.
12. Sahabat tercintaku Nadia Cahya, sahabat yang sudah seperti saudara selalu turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, selalau memberikan saran dan arahan yang baik disetiap hambatan dalam penelitian ini, terimakasih juga atas segala support dan do'anya.
13. Sahabat kecilku tercinta, Puspha dan Indri, yang selalu hadir memberikan canda dan tawa disetiap keluhan saya, selalu memberikan segala bentuk support dan bantuannya Ketika saya mengalami kesulitan. Terimakasih sudah hadir dihidup saya.
14. Partener naik Jaklingko dan Primajasa, Cindy Angelia, Tria Amalia Putri, Terimakasih sudah menjadi partner daftar dan pulang pergi kampus selama 4 tahun ini, terimakasih atas segala bentuk support dan candaanya.

15. Seluruh teman-teman seperjuangan program studi Public Relations Angkatan 2019.
16. Rachel Vennya selaku objek dalam penelitian ini bersedia untuk menjadi objek penelitian penulis.
17. Seluruh informan lainnya yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaganya dalam melakukan proses wawancara ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, saya menyadari bahwa proposal ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan adanya kritik atau saran yang positif agar proposal ini bisa menjadi lebih baik.

Penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca untuk kedepannya untuk menambah pengetahuan dan menjadi referensi dalam dunia akademis khususnya dalam menerapkan Personal Branding. Besar harapan penulis juga bahwa penulisan ini bisa ditelaah atau diteliti lebih lanjut guna penelitian berikutnya secara lebih mandalam oelh para peneliti lainnya.



Tangerang, 16 Maret 2022

Penyusun

Syahfirah Ramadhani

ABSTRAK

Nama : Syahfirah Ramadhani
Nim : 44219010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGGUNAAN INSTGARAM SEBAGAI PERSONAL
BRANDING (Analisi Isi Kualitatif Personal Branding
Rachel Vennya Dalam Akun IG @rachelvennya Pada
Periode Bulan Januari 2022)
Pembimbing : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

Personal branding merupakan cara seseorang memasarkan dirinya sendiri ke orang lain ataupun di media sosial. *Personal branding* dapat membantu seseorang dalam menunjukkan kekuatan dan keahlian yang mereka miliki. Dengan mempunyai *personal branding* serta citra diri di media sosial khususnya Instagram, seseorang akan mendapatkan *feedback* pula dari *followers* serta *audience*-nya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses *personal branding* dan melihat penerapan konsep dari *personal branding* Rachel Vennya melalui media sosial Instagram @rachelvennya pada periode bulan Maret 2022-Juli 2022.

Penelitian ini menggunakan 8 konsep *personal branding* Montoya yang membentuk *personal branding*, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan dan nama baik.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi untuk mengamati akun Instagram @rachelvennya serta dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data peneliti berupa data dalam bentuk file foto, artikel, screenshot comment.

Hasil pembahasan dari penelitian ini bahwa Rachel Vennya membangun *personal branding* dengan berbagai fitur-fitur yang mendukung seperti *followers*nya, upload foto distory Instagramnya, efek-efek yang terdapat pada fotonya, dan penggunaan kalimat-kalimat yang ada pada foto tersebut kemudian dijabarkan kedalam 8 konsep pembentukan *personal branding* yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Kata kunci : *Personal Branding*, Citra Diri, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

Name : Syahfirah Ramadhani
Nim : 44219010046
Study Program : Communication Science
Title Thesis Report : USE OF INSTGARAM AS PERSONAL BRANDING
(Analysis of Rachel Venny's Personal Branding
Qualitative Content on IG @rachelvennya Account in the
Period January 2022)
Counsellor : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

Personal branding is a way for a person to market himself to others or on social media. Personal branding can help someone show their strengths and expertise. By having personal branding and self-image on social media, especially Instagram, someone will also get feedback from followers and audience. The purpose of this study is to determine the personal branding process and see the application of the concept of Rachel Venny's personal branding through Instagram social media @rachelvennya in the period March 2022-July 2022.

This research uses 8 Montoya personal branding concepts that form personal branding, namely specialization, leadership, personality, difference, looks, unity, constancy and good name.

The type of research used in this study is qualitative content analysis. The method used is observation to observe the Instagram account @rachelvennya and documentation to obtain information that supports the analysis and interpretation of researcher data in the form of data in the form of photo files, articles, screenshot comments.

The results of the discussion of this study that Rachel Venny built personal branding with various supporting features such as her followers, uploading photos on her Instagram story, the effects contained in her photos, and the use of sentences in the photo were then described into 8 concepts of personal branding formation, namely specialization, leadership, personality, difference, looks, unity, constancy, and good name.

Keywords: *Personal Branding, Self-Image, Social Media, Instagram.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Public Relations	20
2.2.3 New Media	22
2.2.4 Media Sosial.....	25
2.2.5 Instagram.....	29
2.2.6 Citra.....	33
2.2.7 Personal Branding	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Definisi Operasional.....	40
3.4 Subjek & Objek Penelitian.....	41
3.5 Unit Analisis	41
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.7 Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Profil Rachel Venny	46
4.1.2 Akun Instagram Rachel Venny	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Feeds Instagram @rachelvennya	55
4.2.2 Reels Instagram.....	59
4.2.3 Ig Tv	63
4.2.4 Instagram Stories.....	65
4.3 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Profile @rachelvennya.....	8
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	46
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	48
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Profile @rachelvennya.....	49
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	51
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Reels Instagram @rachelvennya.....	53
Gambar 4.6 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	54
Gambar 4.7 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	55
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Komentar @rachelvennya.....	56
Gambar 4.9 Tangkapan Layar Postingan @rachelvennya.....	57
Gambar 4.10 Tangkapan Layar Komentar @rachelvennya.....	58
Gambar 4.11 Tangkapan Layar Reels @rachelvennya.....	60
Gambar 4.12 Tangkapan Layar Reels @rachelvennya.....	61
Gambar 4.13 Tangkapan Layar Reels @rachelvennya.....	62
Gambar 4.14 Tangkapan Latar Reels @rachelvennya.....	62
Gambar 4.15 Postingan IG TV @rachelvennya.....	64
Gambar 4.16 Postingan IG TV Endorse @rachelvennya.....	64
Gambar 4.17 Highlight Instagram @rachelvennya.....	66
Gambar 4.18 Instagram Stories @rachelvennya.....	66
Gambar 4.19 Postingan Instagram @rachelvennya.....	71
Gambar 4.20 Kolom Komentar Instagram @rachelvennya.....	71
Gambar 4.22 Postingan Instagram @slimbeautyproduct.....	72
Gambar 4.22 Postingan Instagram @rachelvennya.....	74
Gambar 4.23 Postingan Instagram @rachelvennya.....	75
Gambar 4.24 Postingan Instagram @rachelvennya.....	76