



**PERSONAL BRANDING REMAJA SMA BUDI MULIA KOTA
TANGERANG MELALUI APLIKASI MEDIA SOSIAL**

TIKTOK

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :
Muhammad Faris Alhakim**

44220010242

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Faris Al Hakim

NIM : 44220010242

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Personal Branding Remaja SMA Budi Mulia kota Tangerang Melalui Aplikasi Media Sosial Tiktok

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung unsur plagiarism.Seluruh sumber pada skripsi ini baik yang di kutip secara langsung maupun tidak langsung telah saya nyatakan benar.Apabila terdapat bukti plagiarism pada skripsi yang saya buat, maka saya siap untuk dikenakan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 11 Juni 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Faris Al Hakim
NIM : 44220010242
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Remaja SMA Budi Mulia Kota
Tangerang Melalui Aplikasi Media Sosial TikTok

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian Persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada program Studi Ilmu Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1 : Yuni Tresnawati, M.Ikom

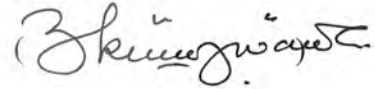
NID : 0326068001

Ketua Penguji : Dr.Irmulansati. Tomohardjo, SH, M.Si

NIDN : 0330077301

Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.Ikom


NIDN : 0316088503



Jakarta 23 Juli 2024

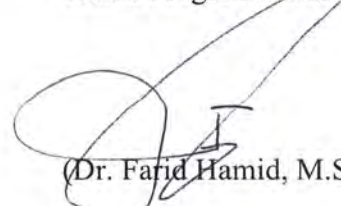
Mengetahui,

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 AKDEMIS**

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

Bawah ini:

Nama : Muhammad Faris Al Hakim
NIM : 44220010242
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Remaja SMA Budi Mulia kota
Tangerang Melalui Aplikasi Media Sosial Tiktok

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, 23 Juli 2024

Yang menyatakan



Muhammad. Faris. Al Hakim.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Faris Al Hakim

NIM : 44220010242

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Personal Branding Remaja SMA Budi Mulia kota Tangerang Melalui Aplikasi Media Sosial TikTok.

Personal branding secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan merek atas diri seseorang. Personal branding secara tidak langsung telah dibangun oleh remaja SMA Budi Mulia melalui aplikasi media sosial TikTok.

Penelitian ini mendalami mengenai *personal branding* remaja SMA Budi Mulia kota Tangerang melalui media sosial Tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggabungkan data primer berupa *Focus Group Discussion* (FGD), observasi dan dokumentasi serta data sekunder berupa studi literatur. Tujuan dari penelitian ini mengetahui pembentukan *personal branding* remaja SMA Budi Mulia yang dibangun melalui aplikasi TikTok.

Hasil penelitian ini menunjukkan proses pembentukan personal branding dari 8 informan yang berasal dari siswa/I SMA Budi Mulia kota Tangerang menggunakan 8 konsep pembentukan personal branding Peter Montoya, mengacu pada 8 konsep yaitu konsep spesialisasi (the law of specialization), konsep kepemimpinan (the law of leadership), konsep kepribadian (the law of personality), konsep perbedaan (the law of distinctiveness), konsep kenampakan (the law of visibility), konsep kesatuan (the law of unity), konsep keteguhan (the law of persistence), dan konsep nama baik (the law of goodwill). Dari 8 konsep peneliti melihat bahwa 8 informan dominan pada 3 konsep pembentukan personal branding menurut Peter Montoya melalui aplikasi media sosial TikTok.

Kata Kunci : *Personal Branding, Remaja, Media Sosial, TikTok*

ABSTRACT

Name : Muhammad Faris Al Hakim

NIM : 44220010242

Study program: Communication science

Thesis title : Personal Branding Budi Mulia High School Teenagers Tangerang city Through Media Social TikTok.

Personal branding can simply be interpreted as building a brand for someone. Personal branding has been indirectly built by Budi Mulia High School teenagers Tangerang city through the social media application TikTok.

This research explores the personal branding of Budi Mulia High School teenagers Tangerang city through social media Tiktok. This research uses a qualitative approach with a case study method and a constructivist paradigm. This research combines primary data in the form of Focus Group Discussions (FGD), observation and documentation as well as secondary data in the form of literature studies. The aim of this research is to determine the formation of personal branding for Budi Mulia High School teenagers which is built through the TikTok application.

The results of this research show the process of forming personal branding from 8 informants from Budi Mulia High School Tangerang city students using Peter Montoya's 8 concepts for forming personal branding, referring to 8 concepts, namely the concept of specialization (the law of specialization), the concept of leadership (the law of leadership), the concept of personality (the law of personality), the concept of difference (the law of distinctiveness), the concept of appearance (the law of visibility), the concept of unity (the law of unity), the concept of constancy (the law of persistence), and the concept of name good (the law of goodwill). From the 8 concepts Of the 8 concepts, researchers saw that 8 informants were dominant in the 3 concepts of forming personal branding according to Peter Montoya through the social media application TikTok

Keywords : *Personal Branding, Teenagers, Social Media, TikTok*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT sang Maha Esa dan Baginda nabi Muhammad SAW, atas seluruh curahan Rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERSONAL BRANDING REMAJA SMA BUDI MULIA KOTA TANGERANG MELALUI APLIKASI MEDIA SOSIAL TIK TOK”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar strata 1 (S1) di program studi sarjana Ilmu Komunikasi .

Dalam Menyusun laporan ,peneliti hantarkan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberi kontribusi dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing serta membantu penulis dalam pengarahan penulisan dalam penyusunan penelitian
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Irmulansati T, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan ketua sidang Tugas Akhir
4. Bapak Dr.Farid Hamid Umarella.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Riki Arswendi, M.Ikom Selaku penguji Tugas Akhir

6. Kepada Bapak Hikmat selaku Humas SMA Budi Mulia kota Tangerang serta rekan – rekan informan siswa / siswi yang telah membantu penulis untuk melakukan pengambilan data dalam penelitian.
7. Orang tua saya Zuldes dan Tonibah dan Syarif Hidayat dan Nenden Ernawati. Abang dan adik saya Fadil, Febrian dan Zahra. Yang telah memberikan semangat serta doa, memberikan dukungan baik secara materi maupun non materi dalam proses pembuatan penelitian ini.
8. Sahabat perjuangan saya selama perkuliahan Annika, Nickles, Akbar, Nara, Citra, Kevin, Ghifari, Angel, Rifal, Fater, Silvi, Mella, Melly, Daniska. Mereka adalah teman sekaligus sahabat perjuangan saya yang selalu memberikan warna di masa perkuliahan, Bahagia, semangat, motivasi, doa disaat saya berada dalam situasi tersulit saya dan membantu dalam hal akademik maupun non akademik dan mempercayai diri saya bahwa saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat saya sejak sekolah menengah pertama Ariza, Thoriq, Reyez, Ariel, Lingga, yang selalu setia mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini
10. Terakhir, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah mau berjuang dan bertahan sejauh ini dalam

melewati banyak hal di masa- masa perkuliahan, sehingga akhirnya saya bisa berada di titik sekarang hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari akan banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini Dan ketidaksempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk kemajuan dan pembelajaran bagi penulis kedepannya. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang terlibat dalam proses penulisan Tugas Akhir penelitian ini.



Jakarta, 14 maret 2023

Muhammad Faris Alhakim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Public Relations	22
2.2.2 Personal Branding.....	22
2.2.3 Media sosial	25
2.2.4 Remaja	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek Penelitian.....	29

3.4 Teknik pengumpulan Data	31
3.5 Analisis Data	32
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Karakteristik Informan	35
4.1.2 Sejarah singkat SMA Budi Mulia Kota Tangerang	36
4.1.3 Profil SMA Budi Mulia	37
4.1.4 Fasilitas sekolah SMA Budi Mulia.....	38
4.1.5 Alamat Sekolah SMA Budi Mulia.....	38
4.1.6 Logo sekolah SMA Budi Mulia.....	39
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Media Sosial	39
4.2.2 Remaja SMA Budi Mulia membangun <i>personal branding</i> dalam media sosial TikTok	41
4.2.3 Personal branding remaja SMA Budi Mulia Kota Tangerang	43
4.2.4 Media sosial tiktok sebagai personal branding	48
4.2.4.1. Hambatan dalam pembuatan konten untuk pemebentukan <i>personal branding</i> bagi siswa/siswi	51
4.2.5. Pembentukan personal branding dibutuhkan oleh remaja	54
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN & SARAN	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	70
5.2.1. Saran Akademis	70
5.2.2. Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Sekolah SMA Budi Mulia.....	37
Gambar 4. 2 profil SMA Budi Mulia.....	38
Gambar 4. 3 alamat sekolah SMA Budi Mulia.....	38
Gambar 4. 4 logo sekolah SMA Budi Mulia.....	39
Gambar 4. 5 akun TikTok Andini Safitri.....	44
Gambar 4. 6 konten TikTok Atika Salsabila.....	45
Gambar 4. 7 konten TikTok Nayra Zahra.....	46
Gambar 4. 8 konten TikTok Keisha Nathania Azara.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara.....	73
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	74
Lampiran 3 Dokumentasi FGD.....	100
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	101
Lampiran 5 CV.....	102

