



**ANALISIS *PERSONAL BRANDING PRESENTER* @larastahira  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



**UNIVERSITAS**  
**Faradina Juditr Safira**  
**44220010006**  
**MERCU BUANA**

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

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faradina Juditr Safira  
NIM : 44220010006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Branding  
Presenter @larastahira Melalui  
Media Sosial Instagram

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, 20 Agustus 2024



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Faradina Juditr Safira  
NIM : 44220010006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Branding  
Presenter @larastahira Melalui  
Media Sosial Instagram

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:

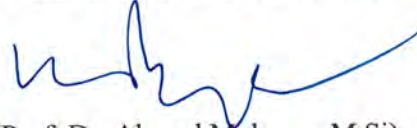
Pembimbing 1 : Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.kom (  )  
NIDN : 0326089202  
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA (  )  
NIDN : 0303069401  
Penguji Ahli : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom (  )  
NIDN : 0316088503

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Fariq 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 : Faradina Juditr Safira  
NIM : 44220010006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Personal Branding  
Presenter @larastahira Melalui  
Media Sosial Instagram

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 20 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



## ABSTRAK

Nama : Faradina Juditr Safira  
NIM : 44220010006  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Skripsi : *Analisis Personal Branding Presenter @Larastahira Melalui Media Sosial Instagram*  
Pembimbing : Siti Muslichatul,S.Ikom,M.Ikom

*Personal branding* ialah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki seorang. Dalam era digital seperti ini *personal branding* menjadi hal yang begitu lumrah untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai analisis *personal branding presenter @Larastahira* melalui media sosial Instagram.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *personal branding* delapan konsep *personal branding* menurut (Peter Montoya, 2002) Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The law of distinctiveness*), Kenampakan (*The law of visibi*), Kesatuan (*The law of unity*), Keteguhan (*the law of persistence*), Nama Baik (*The Law of Goodwill*). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ialah Post-positivisme. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini telah dipilih 4 subjek penelitian yaitu Laras Tahira sebagai key informan, dan empat orang pengikut dari Laras Tahira di media sosial Instagramnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Laras Tahira dapat membangun dan mempertahankan *personal branding* dirinya melalui akun Instagram @Larastahira dengan kemampuan, keteguhan dan nama baik yang ia miliki. yakni **spesialisasi**,keahlian pada bidang presenter, **Perbedaan**,keunikan pada diri laras yang berbeda dengan presenter lain. **kepemimpinan**,kemampuan laras dalam leadership pada pekerjaannya dapat mempengaruhi pendengar. **Kepribadian**,memiliki kepribadian unik,daya tarik yang berbeda, dan ceria apa adanya. **Kesatuan**,menunjukkan ada adanya di keseharian yang sejalan dengan pekerjaannya. **Terlihat**,konsistensi laras dalam membentuk *personal branding* di Instagram. **Keteguhan**, memperhatikan keahlian sehingga tidak ragu dengan keahliannya sebagai presenter. **Nama baik**,menjaga nama baik dan citra sebagai presenter agar dapat selalu diterima oleh pendengar maupun followersnya. Dari delapan konsep tersebut terdapat tiga poin yang lebih dominan yang dimanfaatkan oleh Laras tahira. Seperti Spesialisasi (*The law of specialization*), Keteguhan (*The law of persistence*) dan Nama Baik (*The Law of Goodwill*).

**Kata Kunci:** Personal Branding, Media Sosial, Media Digital.

## ABSTRACT

Name : Faradina Juditr Safira

NIM : 44220010006

Study Program: *Public Relations*

Thesis Title : *Analysis of Presenter @Larastahira's Personal Branding via Instagram Social Media*

Counsoller : Siti Muslichatul,S.Ikom,M.Ikom

*Personal branding is a personal identity that is able to create an emotional response to others regarding the qualities and values that a person has. In a digital era like this, personal branding has become a common thing to do. This study aims to find out more about the analysis of personal branding of @Larastahira presenters through Instagram social media.*

*In this study, the theory of personal branding is used eight concepts of personal branding according to (Peter Montoya, 2002) Specialization (The Law of Specialization), Leadership (The Law of leadership), Personality (The Law of Personality), Difference (The law of distinctiveness), Appearance (The law of visibility), Unity (The law of unity), Constancy (the law of persistence), and Good Name (The Law of Goodwill). The paradigm used in the research is Post-positivism. Methods in this research*

*The results of the study show that Laras Tahira can build and maintain his personal branding through @Larastahira Instagram account with his ability, determination and good name. namely specialization, expertise in the field of presenters, differences, uniqueness in themselves that are different from other presenters. Leadership, the ability to lead in their work can affect the listener. Personality, has a unique personality, different charm, and cheerfulness as it is*

**Keyword:** *Personal Branding, Social Media, Digital Media*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan karunia-Nyalah Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS *PERSONAL BRANDING PRESENTER @Larastahira* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.’** Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program S1 Ilmu Kouminikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, ketidaksempurnaan tersebut disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta pengalaman Peneliti yang masih terbatas. Pada penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom , selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar, dan Ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada Peneliti selama menyusun skripsi ini. Dalam penyelesaian studi dan Penelitian skripsi ini, Peneliti banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu Peneliti menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku dosen pembimbing saya yang selalu membimbing dan memberikan jalan yang mudah dan selalu meluangkan waktu, memberikan motivasi, arahan dan saran.
2. Bapak Andi Pajolloi Bate, MA selaku ketua sidang saya yang sudah memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku Penguji Tugas Akhir penulis yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti.

4. Laras Tahira yang bersedia menjadi subjek penelitian pada Laporan Tugas Akhir penulis yang membahas terkait Analisis *Personal Branding Presenter @larastahira* Melalui Media Sosial Instagram.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
8. Seluruh Dosen dan staff Program Studi S1 *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan ilmu dan motivasi kepada penelitin.
9. Keluarga tersayang yang selalu mendukung Peneliti terutama Bapak Junaedi dan Almarhumah Ibu Diah Listiani selaku kedua orang tua skripsi ini Peneliti persembahkan, khususnya untuk bapak yang sudah bertahan dan menggantikan sosok ibu sampai saat ini menemani Peneliti. Terima Kasih sangat mendalam atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing Peneliti, serta senantiasa menuturkan doa-doa baik yang tiada henti kepada Peneliti untuk kemudahan dan kelancaran selama proses hidup Peneliti sehingga Peneliti dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Untuk adik saya terimakasih sudah menemani saya dan memberikan semangat tiada henti.
10. Terimakasih juga kepada teman seperjuangan sekaligus sahabatku Amalina Putri, Indah Nur Janah, Desila Hadinar, Anita dwi Lestari di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang sudah sama-sama berjuang dalam menyusun tugas akhir ini dan saling memberikan semangat serta saran Peneliti ucapkan terima kasih.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.1 Kajian Teoritis.....	37
2.2.1 Komunikasi .....	37
2.2.2 Komunikasi Digital.....	39

2.2.3	<i>Public Relations</i> .....	42
2.2.4	New Media.....	46
2.2.5	Media Sosial.....	50
2.2.6	<i>Personal Branding</i> .....	55
2.2.7	<i>Personal Branding Digital</i> .....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>62</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	62
3.2	Metode Penelitian.....	62
3.3	Subyek Penelitian.....	63
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5	Teknik Analisis Data.....	67
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>70</b>
4.1	Gambaran umum objek penelitian.....	70
4.2	Hasil penelitian.....	74
4.2.1	Penggunaan Instagram Sebagai Media <i>Personal Branding</i> Laras Tahira.....	75
4.2.2	Pembentukan <i>Personal Branding</i> Pada Instagram @Larastahira.....	79
4.3	Pembahasan.....	112
4.3.1	<i>Personal Branding</i> Laras Tahira di Media sosial instagram .....	117
4.3.2	Karakteristik Yang Mendukung <i>Personal Branding</i> Melalui Media Sosial Instagram.....	123
4.3.3	Laras Tahira sebagai PR bagi dirinya dalam membentuk <i>personal branding</i> di media sosial instagram.....	127

<b>BAB V Kesimpulan Dan Saran .....</b>	<b>130</b>
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Saran Akademis .....	131
5.2.2 Saran Praktis .....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>136</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Curriculum Vitae milik Laras Tahira .....	2
Gambar 1.2 Instagram @Larastahira .....	6
Gambar 1.3 Pengguna internet dan media sosial di Indonesia .....	7
Gambar 1.4 Pengguna aktif media sosial di Indonesia .....	8
Gambar 4.1 Identitas Laras Sebagai Presenter Di Media Social .....	71
Gambar 4.2 Unggahan Instagram Laras Tahira Sebagai Presenter .....	72
Gambar 4.3 Profile Akun Instagram Laras Tahira.....	73
Gambar 4.4 Aspek Spesialisasi Laras Sebagai Presenter Di Akun Instagram.....	80
Gambar 4.5 Unggahan Cerita Instagram Mengenai Kegiatan Kesehariannya .....	82
Gambar 4.6 Perbedaan Pekerjaan Laras Tahira .....	86
Gambar 4.7 Profile Bidang Pekerjaan Laras Tahira .....	90
Gambar 4.8 Konten Pekerjaan Laras Yang Dinimakti .....	94
Gambar 4.9 Keteguhan Laras Dalam Pekerjaannya .....	97
Gambar 4.10 Komentar Khalayak Dalam Unggahan Instagram Laras Tahira .....	100
Gambar 4.11 Unggahan Akun Instagram @larastahira .....	104
Gambar 4.12 Unggahan Video Dalam Akun Instagram @larastahira.....	106
Gambar 4.13 Unggahan Instastory Laras Tahira .....	107
Gambar 4.14 Highlight Instagram Laras Tahira .....	108
Gambar 4.15 Contoh Caption Unggahan Instagram Laras Tahira .....	109

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Perbandingan Sosial Media.....	9
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	26

