



**PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* @ANGGITOPMM  
SEBAGAI CONTENT CREATOR  
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD VIERZA RISNANDI**

**44220010109**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Vierza Risnandi  
NIM : 44220010109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding  
@anggitopmm Sebagai Content Creator  
Media Sosial Tiktok

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Agustus 2024



Muhammad Vierza Risnandi

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Vierza Risnandi  
NIM : 44220010109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding  
@anggitopmm Sebagai Content  
Creator Media Sosial Tiktok

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 : Riki Arswendi, M.Ikom (  )  
NIDN : 0316088503  
Ketua Penguji : Dr. A. Rahman Hi, M.Si (  )  
NIDN : 0330126403  
Penguji Ahli : Muthia Rahayu, M.Ikom (  )  
NIDN : 0322029302

Jakarta 3 Agustus 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 sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Vierza Risnandi  
NIM : 44220010109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding  
@anggitopmm Sebagai Content Creator  
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, 3 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Vierza Risnandi

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Vierza Risnandi  
NIM : 44220010109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan *Personal Branding* @anggitopmm  
Sebagai *Content Creator* Media Sosial Tiktok  
Pembimbing : Riki Arswendi S.Sos, M. Ikom

Anggito Pamungkas, ialah sebagai content creator di media sosial Tiktok, Pada akun TikTok @anggitopmm memiliki kriteria dan kepribadian yang banyak menyukai gaya fashionnya, selain fashion followers akun TikTok Anggito Pamungkas pun menyukai konten-konten tentang quotes yang dibuat oleh akun TikTok Anggito Pamungkas.

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pembentukan *personal branding* @anggitopmm sebagai *content creator* media sosial TikTok, dengan fokus penelitian Bagaimana pembentukan *personal branding* @anggitopmm sebagai *content creator* di media sosial TikTok.

Metode pengumpulan data dilakukan mendalam dengan narasumber utama Anggito Pamungkas dan beberapa informan yang merupakan followers Anggito Pamungkas di Tiktok. Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif dengan menggunakan 8 konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoya.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan hasil yang diperoleh Anggito Pamungkas memenuhi 8 konsep *Personal Branding*. Dari data yang didapat dalam penelitian ini, ada 3 kriteria utama yang dilakukan oleh Anggito Pamungkas membangun *Personal Branding* di akun tiktaknya yaitu *Distinctiveness, Visibility, goodwill*.

**Kata Kunci:** *Personal Branding, Content Creator, Tiktok, Quotes.*

## **ABSTRACT**

*Name* : Muhammad Vierza Risnandi  
*NIM* : 44220010109  
*Study Program* : *Communication Sciences*  
*Title Thesis Report* : *Formation of Personal Branding @anggitopmm as a Tiktok Social Media Content Creator*  
*Counsellor* : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

*Anggito Pamungkas, is a content creator on social media Tiktok. On the TikTok account @anggitopmm, he has criteria and a personality that many people like his fashion style. Apart from fashion, followers of the Anggito Pamungkas Tiktok account also like content about quotes created by the Anggito Pamungkas Tiktok account.*

*The aim of this research is to determine the formation of @anggitopmm's personal branding as a content creator on TikTok social media, with a research focus on how to form @anggitopmm's personal branding as a content creator on TikTok social media.*

*The data collection method was carried out in depth with the main source, Anggito Pamungkas, and several informants who were Anggito Pamungkas' followers on Tiktok. This research uses a qualitative descriptive method using 8 Personal Branding concepts proposed by Montoya.*

*Based on research carried out, the results obtained by Anggito Pamungkas fulfill 8 Personal Branding concepts. From the data obtained in this research, there are 3 main criteria used by Anggito Pamungkas to build Personal Branding on his Tiktok account, namely Distinctiveness, Visibility, goodwill.*

*Keywords : Personal Branding, Content Creator, Tiktok, Quotes*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING @ANGGITOPMM SEBAGAI CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL TIKTOK”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Prodi Public Relations. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, dan pengetahuan.
2. Bapak Dr. A. Rahman HI, M. Si selaku ketua sidang skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
3. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom selaku penguji Tugas Akhir Skripsi penulis yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
4. Bapak Prof Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi dan Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom., selaku Sekretaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Karyawan dan Staff Perpustakaan Universitas Mercu Buana Meruya
8. Ika Risnawati dan Ferryandi, selaku kedua orang tua saya telah memberikan motivasi yang terbaik, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Syahriza Fitrah Insani, selaku sahabat saya yang selalu memberikan semangat, dan menemani mengerjakan skripsi ini sampai selesai
10. Anggito Pamungkas, selaku Narasumber di Laporan Hasil Skripsi saya.
11. Syahriza Fitrah Insani, Haris Setiono, Unggul Firmansyah, Randi Noven Maulana Halim, Riyan Adi slamet, selaku informan yang telah membantu saya untuk melakukan wawancara dalam penelitian ini.
12. Diri saya sendiri yang begitu luar biasa berjuang menyelesaikan laporan penelitian ini dengan berfikir positif, optimis, bekerja keras dan menikmati segala proses sehingga mampu menyelesaikan tepat waktu.
13. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, semangat, serta do'a dalam pengerjaan Skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.



Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya.

Tangerang, 22 Mei 2024



Muhammad Vierza Risnand



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Akademis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
BAB II .....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13

2.2 Kajian Teoritis .....	18
2.2.1 Komunikasi .....	18
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.3 <i>Digital Public Relations</i> .....	20
2.2.4 Media Sosial .....	22
2.4 <i>Personal Branding</i> .....	25
2.5 <i>Content Creator</i> .....	30
<b>BAB III</b> .....	34
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Paradigma Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian .....	35
3.3 Subjek Penelitian .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisis Data .....	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV</b> .....	43
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 Gambaran Umum Anggito Pamungkas .....	43
4.1.2 Profile TikTok Anggito Pamungkas .....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.2 Perencanaan Media Sosial.....	46
4.2.3 Pembuatan Konten Media Sosial Pada Tiktok @anggitopmm .....	49
4.2.4 Aktifasi Pembentukan Media Sosial Tiktok @anggitopmm sebagai <i>content creator</i> .....	50

4.2.5 Kegiatan Media Sosial TikTok @anggitopmm .....	51
4.2.6 Pengelolaan Media Sosial Membangun dan Membentuk <i>Personal Branding</i> Sebagai <i>Content Creator</i> .....	52
4.2.8 Spesialisasi ( <i>The Law of Specialization</i> ) .....	53
4.2.9 Kepemimpinan ( <i>The Law of Leadership</i> ).....	56
4.2.10 Kepribadian ( <i>The Law of Personality</i> ) .....	58
4.2.11 Perbedaan ( <i>The Law of Distinctiveness</i> ) .....	60
4.2.12 Kenampakan ( <i>The Law of Visibility</i> ).....	62
4.2.13 Kesatuan ( <i>The Law of Unity</i> ) .....	65
4.2.14 Keteguhan ( <i>The Law of Persistence</i> ) .....	67
4.2.15 Nama Baik ( <i>The Law of Goodwill</i> ) .....	69
4.3 Hasil Pembahasan .....	70
<b>BAB V</b> .....	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Saran Akademis.....	83
5.2.2 Saran Praktis .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>88</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun TikTok Anggito Pamungkas .....	2
Gambar 4.1 Deskripsi Akun <i>TikTok</i> Anggito Pamungkas .....	44
Gambar 4.2 Profile TikTok Anggito Pamungkas .....	45
Gambar 4.3 Komentar Positif dari <i>Followers</i> Pada Akun Tiktok @anggitopmm	55
Gambar 4.4 Isi Konten di Endorsement dengan Sebuah Perusahaan .....	57
Gambar 4.5 Unggahan Postingan Anggito Pamungkas .....	59
Gambar 4.6 Postingan Konten pada Akun Tiktok @anggitopmm .....	61
Gambar 4.7 dengan outfit gunakan oleh Anggito .....	63
Gambar 4.8 Postingan Kegiatan Melakukan Posting di Tiktok.....	66
Gambar 4.9 Postingan Konten Feeds Pada Akun Tiktok @anggitopmm.....	68
Gambar 4.10 Ciri Khas Yang Dimiliki Anggito Pamungkas.....	71
Gambar 4.11 Konten Anggito Pamungkas Hal Positif .....	73
Gambar 4.12 Kolom Komentar Viewers Pada Akun Tiktok Anggito Pamungkas	75
Gambar 4.13 Ciri Khas Yang Dimiliki Oleh Anggito Pamungkas.....	76
Gambar 4.14 Kolom Komentar Followers Anggito Pamungkas .....	77
Gambar 4.15 Konten Anggito Pamungkas di Akun Media Sosial Tiktok.....	79
Gambar 4.16 Komentar Viewers Anggito Pamungkas .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Nama Informan .....	37

