



***PERSONAL BRANDING PUBLIC SPEAKER MEISYA SALLWA  
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @meisyasallwa***



**SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh:**

**Rizaldi Ahdan Hidayat**

**44221010021**

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

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizaldi Ahdan Hidayat  
NIM : 44221010021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Public Speaker  
Meisya Sallwa Pada Media Sosial  
Instagram @meisyasallwa

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, 4 Desember 2024

UNIVERSI  
MERCU BUANA



Rizaldi Ahdan Hidayat

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rizaldi Ahdan Hidayat  
NIM : 44221010021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Public Speaker Meisya Sallwa Pada Media Sosial Instagram @meisyasallwa

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 I : Dr. Irmulansati Tomohardjo (  )  
M.Si  
NIDN : 0330077301  
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi Ph.D (  )  
NIDN : 0324128202  
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah (  )  
M. Ikom  
NIDN : 0326089202

Jakarta, 4 Desember 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 : Rizaldi Ahdan Hidayat  
NIM : 44221010021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Public Speaker  
Meisya Sallwa Pada Media Sosial  
Instagram @meisyasallwa

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, 04 Desember 2024

Yang menyatakan,



Rizaldi Ahdan Hidayat

## ABSTRAK

Nama : Rizaldi Ahdan Hidayat  
NIM : 44221010021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Personal Branding Public Speaker Meisya Sallwa Pada Media Sosial Instagram @meisyasallwa  
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo SH, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pembentukan personal branding Meisya Sallwa sebagai seorang public speaker melalui platform media sosial Instagram. Dalam era digital, media sosial menjadi sarana efektif untuk membangun citra diri yang dapat meningkatkan kredibilitas profesional. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori delapan konsep personal branding dari Peter Montoya, yang meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang merupakan pengikut akun Instagram @meisyasallwa, dilengkapi dengan analisis konten unggahan Instagram Meisya Sallwa.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Meisya Sallwa berhasil membangun personal branding yang kuat melalui konsistensi dalam tema konten, seperti unggahan tentang pengembangan diri, motivasi, dan pengalaman profesional. Fitur-fitur Instagram, seperti reels untuk menyampaikan pesan inspiratif, highlights untuk menampilkan pencapaian, dan caption yang berisi pandangan mendalam, menjadi elemen kunci dalam membangun citra diri. Konten yang dibuat oleh Meisya Sallwa tidak hanya mencerminkan kompetensinya sebagai public speaker, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiensnya, khususnya generasi muda yang menjadi target utama.

Penelitian ini berkontribusi pada kajian teoretis di bidang komunikasi digital, khususnya terkait strategi personal branding melalui media sosial, serta memberikan wawasan praktis bagi individu atau profesional yang ingin memanfaatkan media sosial untuk membangun dan memperkuat identitas profesional mereka.

**Kata Kunci:** Personal Branding, Public Speaker, Media Sosial, Instagram.

## ABSTRACT

*Name* : Rizaldi Ahdan Hidayat  
*NIM* : 44221010021  
*Study Program* : Communication Science  
*Title of Thesis* : Personal Branding of Public Speaker Meisya Sallwa on Instagram @meisyasallwa  
*Advisor* : Dr. Irmulansati Tomohardjo SH, M.Si

*This study aims to analyze the strategies behind Meisya Sallwa's personal branding as a public speaker through the social media platform Instagram. In the digital era, social media serves as an effective medium for building a professional image and enhancing credibility. This research employs a qualitative descriptive method using Peter Montoya's eight personal branding concepts: specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill. Data collection was conducted through in-depth interviews with five followers of the Instagram account @meisyasallwa, complemented by content analysis of Meisya Sallwa's Instagram posts.*

*The findings reveal that Meisya Sallwa has successfully built a strong personal brand through consistent themes in her content, such as posts on self-development, motivation, and professional experiences. Instagram features like reels for delivering inspirational messages, highlights showcasing her achievements, and insightful captions have been key elements in establishing her image. The content not only reflects her competence as a public speaker but also fosters an emotional connection with her audience, particularly the younger generation, which is her primary target.*

*This study contributes to theoretical discussions in the field of digital communication, particularly on personal branding strategies through social media. It also provides practical insights for individuals or professionals seeking to leverage social media to build and strengthen their professional identity.*

**Keywords:** *Personal Branding, Public Speaker, Social Media, Instagram.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul **“PERSONAL BRANDING PUBLIC SPEAKER MEISYA SALLWA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @meisyasallwa”** dapat terselesaikan pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk memenuhi tugas akhir skripsi. Untuk itu disini saya ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo SH, M.Si selaku dosen pembimbing yang karena nasihat dan arahnya saya dapat menyusun proposal skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi yang selama masa kuliah serta penulisan proposal skripsi ini telah banyak memberikan ilmu-ilmunya kepada saya.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu saya dalam proses memenuhi data.
5. Orang Tua saya tercinta Bapak Adi dan Ibu Liyanah atas dukungannya selama ini baik secara Moral dan Material, sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal Penelitian saya.
6. Kepada sahabat saya tercinta Nadinta, Surya, Sandra, Chyntya, Upi, Kalela, Sinta, Naya, Najla, Anjany, Roy, Prilly, dan Rosalina
7. Kepada seluruh informan yang bersedia menjadi informan peneliti

Akhir kata saya berharap semoga proposal penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua serta muncul dorongan untuk menjadikan diri sebagai mahasiswa yang memiliki rasa disiplin dan tanggung jawab serta memiliki rasa cinta tanah air.

Jakarta, 2024

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>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>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	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.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	25
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	25
2.2.2 Definisi Public Relations .....	25
2.2.3 Personal Branding.....	26
2.2.4 Definisi <i>New Media</i> .....	29
2.2.5 Media Sosial .....	29
2.2.6 Instagram .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	33
3.2 Metode Penelitian .....	33
3.3 Objek Peneltiain .....	34
3.4 Subjek Penelitian .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Teknik Analisis Data .....	38
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Spesialisasi.....	41
4.2.2 Kepemimpinan.....	45
4.2.3 Kepribadian.....	48
4.2.4 Perbedaan.....	51
4.2.5 Kenampakan (Visibilitas) .....	54
4.2.6 Kesatuan .....	57
4.2.7 Keteguhan .....	60
4.2.8 Nama Baik .....	63
4.3 Pembahasan .....	67
4.3.1 Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk dan Mempertahankan <i>Personal Branding Public Speaker @meisyasallwa</i> . .....	67
4.3.2 Pembentukan <i>Personal Branding Public Speaker</i> Meisya Sallwa di Instagram .....	69
4.3.3 Pembentukan Personal Branding di Media Sosial.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran .....	74
5.2.1 Saran Akademis .....	74
5.2.2 Saran Praktis.....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>78</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profile Instagram @meisyasallwa.....	2
Gambar 1. 2 Meisya Mengisi Acara sebagai Speaker di Commfest 2023.....	3
Gambar 1. 3 Meisya Mengisi Acara sebagai Speaker di DPR RI.....	4
Gambar 1. 4 Meisya Bertemu dengan Najwa Shihab .....	5
Gambar 1. 5 Analisis Konten Instagram Meisya Sallwa .....	6
Gambar 1. 6 Section Konten Meisya Sallwa “1 Hari 1 Insight”.....	7
Gambar 1. 7 Pengguna Media Sosial 2024 .....	9
Gambar 4. 1 Postingan Meisya Sallwa Terkait Verifikasi Instagram .....	39
Gambar 4. 2 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Spesialisasi.....	44
Gambar 4. 3 Postingan Meisya Sallwa Terkait Dengan Kepemimpinan.....	47
Gambar 4. 4 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Kepribadian.....	50
Gambar 4. 5 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Perbedaan.....	54
Gambar 4. 6 Postingan Meisya Sallwa Terkait Dengan Kenampakan .....	57
Gambar 4. 7 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Kesatuan .....	59
Gambar 4. 8 Postingan di Instagram Meisya Sallwa Terkait dengan Keteguhan .	62
Gambar 4. 9 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Keteguhan .....	63
Gambar 4. 10 Postingan Meisya Sallwa Terkait dengan Nama Baik .....	66

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Data Informan .....	35
Tabel 4. 1 Deskripsi Personal Branding Meisya Sallwa .....	67

