



**PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR NYAK
KOPSAH SEBAGAI PERAN IBU RUMAH TANGGA
MELALUI INSTAGRAM @nyak_kopsah**

SKRIPSI

CHADIKYA YOLLA MARCHANE

44221010045

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chadikya Yolla Marchane
NIM : 44221010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Konten
Kreator Nyak Kopsah Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Melalui
Media Sosial Instagram @nyak_kopsah

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, 11 Februari 2025



Marchane

Chadikya Yolla Marchane

HALAMAN PENGESAHAN UNTUK 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Chadikya Yolla Marchane
NIM : 44221010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Konten Kreator Nyak Kopsah
Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Melalui Media Sosial Instagram @nyak_kopsah

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 : Sandy Permata, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0323128306
Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si
NIDN : 0316026801
Penguji Ahli : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si
NIDN : 0311036703

()
()
()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Jakarta, 11 Februari 2025

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 : Chadikya Yolla Marchane
NIM : Public Relation
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Konten
Kreator Nyak Kopsah Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Melalui Instagram @nyak_Kopsah

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, 11 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Chadikya Yolla Marchane)

ABSTRAK

Nama : Chadikya Yolla Marchane
NIM : 44221010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Nyak Kopsah Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Melalui Instagram @nyak_kopsah
Pembimbing : Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom

Personal branding adalah cara seseorang membangun citra dan reputasi diri mereka di mata orang lain. Ini melibatkan pengenalan keunikan, nilai, dan keahlian yang dimiliki, serta cara menyampaikannya kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembentukan personal branding Nyak Kopsah sebagai konten kreator yang berperan sebagai Ibu rumah tangga melalui platform media sosial Instagram. Metode penelitian ini menggunakan 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 tiga orang Informan yaitu, Key Informan, Informan Internal dan Informan Eksternal,, dilengkapi dengan analisis konten unggahan Instagram Nyak Kopsah. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Nyak Kopsah berhasil membangun personal branding yang kuat melalui konsistensi dalam tema konten dan dengan fitur-fitur Instagram yang mendukung seperti berbagi foto, reels, likes and comments Instagram Story dan live. Konten tersebut tidak hanya berisikan hiburan semata, tetapi juga memberikan edukasi seputar hal hal yang terjadi pada Ibu rumah tangga yang dipadukan dengan beberapa humor dengan audiensnya, terutama Ibu Rumah Tangga, yang merupakan target utamanya. 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, Konten Kreator, Instagram.

ABSTRACT

Name : Chadikya Yolla Marchane
NIM : 44221010045
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Program : Personal Branding Nyak Kopsah Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Melalui Instagram @nyak_kopsah
Counsellor : Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom

Personal branding is how a person builds an image and reputation of themselves in the eyes of others. It involves recognizing one's uniqueness, values and expertise, and how to convey them to the public. This research aims to find out how the formation of Nyak Kopsah's personal branding as a content creator who acts as a housewife through the Instagram social media platform. This research method uses descriptive qualitative with the theory of eight personal branding concepts from Peter Montoya, which include specialization, leadership, personality, difference, appearance, unity, constancy, and good name. Data collection was conducted through in-depth interviews with three informants, namely, Key Informants, Internal Informants and External Informants, complemented by content analysis of Nyak Kopsah's Instagram posts. The results revealed that Nyak Kopsah succeeded in building strong personal branding through consistency in content themes and with supporting Instagram features such as sharing photos, reels, likes and comments Instagram Story and live. The content does not only contain entertainment, but also provides education about things that happen to housewives combined with some humor with the audience, especially housewives, who are the main target. This research contributes to theoretical studies in the field of digital communication, especially related to personal branding strategies through social media, and provides practical insights for individuals or professionals who want to utilize social media to build and strengthen their professional identity.

Keywords: Personal Branding, Content Creator, Instagram.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya yang senantiasa tercurah dalam setiap langkah perjalanan hidup ini. Dengan izin dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Segala kekuatan, kemudahan, dan kesempatan yang diberikan-Nya. Semoga segala usaha ini dapat menjadi manfaat dan berkah, sertamenjadi wujud rasa syukur kepada Allah SWT.

karena berkat rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” **PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR NYAK KOPSAH SEBAGAI PERAN IBU RUMAH TANGGA MELALUI INSTAGRAM @nyak_kopsah**” tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Banyak hambatan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Untuk memudahkan pengerjaan, skripsi ini dikerjakan melalui bimbingan, masukan, arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Sandy Permata, S.Sos.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, dukungan dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Bimbingan yang diberikan tidak hanya terbatas pada aspek akademik, tetapi juga memberikan inspirasi dan motivasi yang luar biasa bagi saya untuk terus berkembang. Setiap arahan dan masukan Ibu sangat berarti dan telah membantu saya mengatasi berbagai tantangan dalam penelitian ini. Semoga kebaikan dan dedikasi yang telah diberikan dapat menjadi amal yang bermanfaat. Terima kasih atas segala waktu dan energy yang telah dicurahkan untuk membimbing saya hingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku Sekeretaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Nur Kholisoh, Prof.Dr.M.Si, Selaku Dosen Pebimbing Akademik.
6. Seluruh dosen dan staff program studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

7. Kepada kedua orang tua saya, Ama Leli Sumarni dan Ayah Chandra, yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada kakak saya, Elvira Chandra Novia yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Kepada Baba (Nyak Kopsah), Ibu Sri Fatmawati dan Bang Fahri Albar selaku seseorang yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman saya, Ayula Widyami Astuti, Maharani Salsabila, Maritza Dhia Asyrani, Benaya Keyza Al-fitri, Syah Raihan Putra Pratama, Putri Suci Nur Cholisah, Nanang Dwi Saputra, Sabila Rosyada, Fera Vebrianty yang memberikan masukan serta dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Muhammad Gilang, selaku kerabat saya yang telah memberikan semangat, motivasi dan menemani dalam penyusunan skripsi ini
12. Dan yang terakhir, Penulis ingin berterima kasih kepada Chadikya Yolla Marchane. Terima kasih karena telah berjuang dan bertahan sejauh ini, terima kasih juga kepada Ola untuk tidak pernah menyerah untuk hal-hal yang sudah dimulai dan sudah berkomitmen sejak awal. Semoga Ola bisa selalu kuat dan tetap memegang teguh prinsip tersebut.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun agar menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Dan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umum.

Jakarta, 21 Januari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Chadikya Yolla Marchane

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.4.1 Manfaat Akademis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Kajian Teoritis.....	28
2.2.1 Komunikasi.....	28
2.2.2 Personal Branding.....	29
2.2.3 Konten.....	35
2.2.4 New Media.....	40
2.2.5 Media Sosial	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Subjek Penelitian	50
3.3.1 Key Informan.....	50

3.3.2 Informan.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	53
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	55
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Profile Nyak Kopsah (Ahmad Yani/Bang Madun).....	60
4.1.2 Profile Instagram Nyak Kopsah (Bang Madun/Ahmad Yani).....	62
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Komunikasi Verbal dan Non-verbal	65
4.2.2 Ciri Khas Personal Branding Nyak Kopsah	69
4.2.3 Konsep Personal Branding.....	71
4.3 Pembahasan	104
4.3.1 Penggunaan Instagram Dalam Membentuk dan Mempertahankan Personal Branding Konten Kreator @nyak_kopsah Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga.	104
4.3.2 Tahapan Pembentukan Personal Branding	108
4.3.3 Pembentukan Personal Branding Konten Kreator Nyak Kopsah di Instagram	114
4.3.4 Pembentukan Personal Branding di Media Sosial.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
5.2.1 Saran Akademis	120
5.2.2 Saran Praktis	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024.....	2
Gambar 1. 3 Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia.....	3
Gambar 1. 4 Pengguna Instagram di Indonesia Mei 2024	4
Gambar 1. 5 Durasi Penggunaan Sosial Media Pada Ibu di Indonesia.....	5
Gambar 1. 6 Keterkaitan Media Sosial dalam Membentuk Personal Branding	6
Gambar 1. 7 Kreator, Konten, Raja Hiburan,dan Cuan Media Sosial	8
Gambar 1. 8: Tradisi dan Kebiasaan Orang Betawi.....	9
Gambar 1. 9 Konten Kreator Nyak Kopsah	11
Gambar 1. 10 Akun Instagram Nyak Kopsah	11
Gambar 1. 11 Konten Nyak Kopsah	12
Gambar 1. 12 Nyak Kopsah Menjadi Host di TV.....	12
Gambar 1. 13 Program Terbaru Nyak Kopsah	12
Gambar 1. 14 Mak Beti atau Arif Muhammad	15
Gambar 1. 15 Akun Youtube Mak Beti	16
Gambar 4 1 Profile Nyak Kopsah	60
Gambar 4 2 Warung Madun Oseng Nyak Kopsah	61
Gambar 4 3 Nyak kopsah menjadi Host di ANTV	61
Gambar 4 4 Akun Instagram Nyak Kopsah	62
Gambar 4 5 Akun TikTok Nyak Kopsah	64
Gambar 4 6 Caption pada Instagram Nyak Kopsah.....	66
Gambar 4 7 Bahasa pada Instagram Nyak Kopsah.....	66
Gambar 4 8 Ekspresi dalam Konten Nyak Kopsah.....	67
Gambar 4 9 Penampilan Nyak Kopsah di Instagram	68
Gambar 4 10 Property pada Konten Nyak Kopsah di Instagram.....	69
Gambar 4 11 Postingan Nyak Kopsah terkait dengan Spesialisasi.....	75
Gambar 4 12 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Kepemimpinan	79
Gambar 4 13 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Kepemimpinan	80
Gambar 4 14 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Kepribadian	83
Gambar 4 15 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Perbedaan	88

Gambar 4 16 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Kenampakan	92
Gambar 4 17 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Kesatuan	95
Gambar 4 18 Postingan Nyak Kopsah Terkait dengan Keteguhan.....	99
Gambar 4 19 Postingan Nyak Kopsah terkait dengan Nama Baik	103
Gambar 4 20 Tahapan Personal Branding	110



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Persamaan dan Perbedaan.....	17
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Deskriptif Personal Branding Nyak Kopsah.....	105

