



**PERSONAL BRANDING AKTOR ARYA SALOKA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS ISI KUALITATIF
PADA AKUN INTAGRAM @ARYA.SALOKA)**

LAPORAN SKRIPSI

**BERNADETA NOVIANA KRISTIYANTI
44218010056**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Bernadeta Noviana Kristiyanti
NIM : 44218010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : Personal Branding Arya
Saloka Melalui Media Sosial
Instagram (Analisis Isi Pada Akun
Intagram @Arya.Saloka)

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, 17 Febuari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Bernadeta Noviana Kristiyanti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Bernadeta Noviana Kristiyanti
NIM : 44218010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : Personal Branding Arya Saloka Melalui akun Media Sosial Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @Arya.Saloka)

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 | Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA | () |
| NIDN | 0303069401 | |
| Ketua Penguji | Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom | () |
| NIDN | 0326089202 | |
| Penguji Ahli | Engga Probi Endri, S.IKom., M.A | () |
| NIDN | 0317089402 | |

Jakarta, 17 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Prof. Ahmad Mulyana, M.Si


Dr. Farid Hamid Umarela, 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 : Bernadeta Noviana Kristiyanti
NIM : 44218010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : Personal Branding Arya Saloka Melalui akun Media Sosial Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Intagram @Arya.Saloka)

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, 17 Febuari 2025

Yang menyatakan,



Bernadeta Noviana Kristiyanti

ABSTRAK

Nama : Bernadeta Noviana Kristiyanti
NIM : 44218010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Arya Saloka Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @Arya.Saloka)
Pembimbing : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A., MBA

Personal branding merupakan strategi penting bagi figur publik untuk membangun citra dan menarik perhatian audiens. Dimana media sosial merupakan suatu media dalam jaringan yang memudahkan masyarakat dalam berinteraksi secara online. Instagram merupakan salah satu flatfom media sosial yang paling strategis dalam membangun serta menyebarkan personal branding terutama bagi public figure.

Penelitian ini bertujuan menganalisis personal branding aktor Arya Saloka melalui platform media sosial Instagram, dengan fokus pada akun @arya.saloka. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi elemen personal branding berdasarkan delapan konsep dari Montoya, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, tampilan, nama baik, visibilitas, dan keteguhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arya Saloka secara konsisten membangun citra dirinya sebagai aktor profesional, pribadi yang sederhana, dan sosok yang dekat dengan keluarga. Personal branding-nya terutama didukung oleh elemen kepribadian (The Law of Personality) dan visibilitas (The Law of Visibility), yang tercermin melalui unggahan yang menampilkan kehidupan pribadinya serta aktivitasnya di industri hiburan. Namun, elemen perbedaan (The Law of Distinctiveness) dan nama baik (The Law of Goodwill) kurang menonjol, karena konten yang diunggah belum sepenuhnya memperlihatkan keunikan dirinya atau keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi personal branding Arya Saloka efektif dalam mempertahankan eksistensinya di industri hiburan. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih dapat diperkuat, seperti konsistensi dalam membangun narasi dan diversifikasi konten untuk memperkaya citra dirinya. Studi ini memberikan wawasan bagi figur publik mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai alat strategis dalam membangun dan memperkuat personal branding secara optimal.

Kata Kunci: Personal branding, Arya Saloka, Instagram, analisis isi, media sosial.

ABSTRACT

| | |
|---------------------------------|---|
| Name | : Bernadeta Noviana Kristiyanti |
| Student ID | : 44218010056 |
| Study Program | : Ilmu Komunikasi |
| Title Internship Reports | : Personal Branding Arya Saloka Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @Arya.Saloka) |
| Counsellor | : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A., MBA |

Personal branding is an important strategy for public figures to build their image and attract audience attention of the audience. Where social media is a media in a network that makes it easier for people to interact online. Instagram is one of the most strategic social media platforms in building and spreading personal branding, especially for public figures.

This research aims to analyze actor Arya Saloka's personal branding through the social media platform Instagram, with a focus on the @arya.saloka account. This research uses a constructivism paradigm with a qualitative content analysis method to identify personal branding elements based on Montoya's eight concepts, namely specialization, leadership, personality, difference, appearance, good name, visibility, and determination.

The research findings indicate that Arya Saloka consistently builds his image as a professional actor, a humble individual, and a family-oriented figure. His personal branding is primarily supported by the elements of personality (The Law of Personality) and visibility (The Law of Visibility), which are reflected in his posts showcasing his personal life and activities in the entertainment industry. However, the elements of distinctiveness (The Law of Distinctiveness) and goodwill (The Law of Goodwill) are less prominent, as his content does not fully highlight his uniqueness or active involvement in social activities.

This study concludes that Arya Saloka's personal branding strategy is effective in maintaining his presence in the entertainment industry. However, several aspects can still be strengthened, such as consistency in narrative building and content diversification to enrich his public image. This study provides insights for public figures on the importance of utilizing social media as a strategic tool for building and enhancing personal branding optimally.

Keywords: *Personal branding, Arya Saloka, Instagram, content analysis, social media.*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penyelesaian laporan proposal penelitian berjudul "**Personal Branding Arya Saloka Melalui Meida Sosial Instagram (Analisis Isi Kulitatif pada Akun Instagram @arya.saloka).**" Laporan ini disusun sebagai bentuk kontribusi akademis dalam bidang komunikasi digital, khususnya terkait personal branding melalui media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Arya Saloka, seorang aktor terkenal di Indonesia, menggunakan akun Instagram pribadinya sebagai alat strategis dalam membangun dan mengelola citra diri di hadapan publik. Fokus penelitian ini adalah pada konten yang diposting oleh Arya Saloka di Instagram selama periode Juni hingga September 2024, dengan tujuan untuk memahami bagaimana pesan-pesan tersebut mempengaruhi persepsi publik terhadap personal branding yang ingin dibangunnya.

Penulis memahami bahwa laporan proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, segala masukan dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta berkontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang komunikasi dan media sosial. Dengan demikian, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A., MBA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan banyak saran serta motivasi.
2. Prof. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Orang tua penulis, Bapak Tugiman dan Ibu Anik yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa serta kasih sayang yang selalu tercurahkan selama ini.
5. Kakak tersayang penulis, Ari Kristanto yang telah memberikan dorongan
6. Teman-teman terdekat penulis, Melly dan Haliza atas dukungan, semangat, dorongan, dan kerjasamanya selama ini.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Public Relations angkatan 2018, atas segala bantuan dan kerjasamanya
8. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Terakhir, apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri atas kerja keras dan ketekunan dalam melewati setiap tantangan hingga mencapai titik ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KENTINGAN AKADEMIS..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis/Akademis..... | 11 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 11 |
| 1.4.3. Manfaat Sosial..... | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.2. Kajian Teoritis..... | 22 |
| 2.2.1. Public Relations..... | 22 |
| 2.2.2. Personal Branding | 22 |
| 2.2.3. Media Sosial..... | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 33 |
| 3.3 Unit Analisis | 33 |
| 3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4.1 Definisi Konsep..... | 41 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 42 |
| 3.6 Teknik Analisa Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 44 |
| 4.1.1 Arya Saloka..... | 44 |
| 4.1.2 Profil Media Sosial Instagram Arya Saloka..... | 46 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 47 |
| 4.2.1 Analisis Konten 1 (5 Juni 2024) | 48 |
| 4.2.2 Analisis Konten 2 (29 Juli 2024) | 52 |
| 4.2.3 Analisis Konten 3 (6 Agustus 2024) | 55 |
| 4.2.4 Analisis Konten 4 (20 Agustus 2024) | 59 |
| 4.2.5 Analisis Konten 5 (25 Agustus 2024) | 62 |
| 4.2.6 Analisis Konten 6 (27 September 2024) | 66 |
| 4.3. Pembahasan..... | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| 5.1. Kesimpulan | 76 |
| 5.2. Saran..... | 77 |
| 5.2.1. Saran Akademis | 77 |
| 5.2.2. Saran Praktis | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN..... | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|---|
| Gambar 1.Foto arya Saloka..... | 2 |
| Gambar 2 Akun Instagram Arya Saloka | 3 |
| Gambar 3 Postingan Instagram Arya Saloka | 4 |
| Gambar 4 Highlight Instagram Arya Saloka..... | 6 |
| Gambar 5 Postingan reels Arya Saloka..... | 7 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu | 26 |
| Tabel 3.3.1 Unit Analisis | 35 |
| Tabel 4.2.1.1 Analisa Konten 1 (5 Juni 2024) | 47 |
| Tabel 4.2.2.1 Analisa Konten 2 (29 Juli 2024) | 52 |
| Tabel 4.2.3.1 Analisa Konten 3 (6 Agustus 2024)..... | 54 |
| Tabel 4.2.4.1 Analisa Konten 4 (20 Agustus 2024) | 58 |
| Tabel 4.2.5.1 Analisa Konten 5 (25 Agustus 2024)..... | 61 |
| Tabel 4.2.6.1 Analisa Konten 6 (27 September 2024)..... | 65 |

