



**PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING SELEBGRAM*  
@DAVID\_RIZAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Zania Rinjani Putri Subekti**

**44221010077**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zania Rinjani Putri Subekti  
NIM : 44221010077  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding  
Selebgram @David Rizal 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, 26 Februari 2025

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Zania Rinjani Putri Subekti

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Zania Rinjani Putri Subekti  
NIM : 44221010077  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding Selebgram  
@David Rizal 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 : Dr. Dwi Firmansyah, (  )  
S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN : 0329044603  
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid (  )  
Umarella, M.Si.  
NIDN : 0301117301  
Penguji Ahli : Siti Muslichatul (  )  
Mahmudah, S.I.Kom.,  
M.I.Kom.  
NIDN : 0326089202

Jakarta, 26 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 : Zania Rinjani Putri Subekti  
NIM : 44221010077  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan Personal Branding @David Rizal 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.

Jakarta, 26 Februari 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '2000 RUPIAH' and 'METERAI TEMPEL'. A barcode is visible at the bottom of the stamp with the number '20BCBAMX213613271'.

Zania Rinjani Putri Subekti

## ABSTRAK

Nama : Zania Rinjani Putri Subekti  
NIM : 44221010077  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Judul Laporan Skripsi : Pembentukan *Personal branding*  
Selebgram @David\_Rizal Melalui  
Media Sosial Instagram  
Dosen Pembimbing : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom

Instagram telah menjadi platform utama untuk personal branding, memungkinkan individu mempresentasikan diri secara kreatif dan menjangkau audiens global. Salah satu selebgram yang memanfaatkan Instagram untuk membangun personal branding adalah @david\_rizal, yang memiliki 97.500 pengikut. Dengan berbagai konten yang menarik dan penampilan fashionable, David berhasil membangun citra diri yang kuat dan mudah dipahami, menjadikannya influencer yang dicari oleh brand untuk endorsement produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana seorang *selebgram* @David\_rizal membentuk *personal branding* nya pada media sosial Instagram.

Personal branding adalah proses pembentukan persepsi publik terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, seperti kepribadian, keterampilan, dan nilai-nilai, yang bertujuan menciptakan kesan positif dan membedakan individu dari yang lain. Hal ini melibatkan pengkomunikasian keunikan, kemampuan, dan karakter yang mendukung pencapaian tujuan individu, serta mengelola citra diri secara konsisten di berbagai platform, termasuk media sosial. Dengan memahami dan menerapkan konsep personal branding, seseorang dapat membangun identitas yang kuat, meningkatkan kredibilitas, dan memperluas pengaruh dalam lingkungan profesional maupun personal.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek penelitian utama berupa key informan yaitu David Rizal dan informan pendukung seperti manajer dan teman dekat David Rizal. Pengumpulan data melalui wawancara dengan key informan dan informan. Teknik keabsahand ata dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian personal branding David Rizal menunjukkan bahwa untuk mencapai keberhasilan, diperlukan keselarasan yang harmonis antara nilai pribadi, keaslian, dan strategi komunikasi yang terencana dengan matang. David berhasil membuktikan bahwa personal branding yang kuat tidak hanya berfokus pada penciptaan reputasi yang solid, tetapi juga pada kemampuan untuk memperkuat hubungan yang bermakna dan autentik dengan audiens. Melalui perpaduan integritas pribadi, keterampilan beradaptasi dengan tren, dan pendekatan komunikasi yang tepat, ia mampu membangun fondasi yang kokoh bagi personal branding yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** *personal branding, media sosial, Instagram, David Rizal*



## ABSTRACT

Name : Zania Rinjani Putri Subekti  
NIM : 44221010077  
Major : Hubungan Masyarakat  
Thesis Title : Pembentukan *Personal branding*  
Selebgram @David\_Rizal Melalui  
Media Sosial Instagram  
Supervising Lecturer : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom

*Instagram has become a primary platform for personal branding, allowing individuals to creatively present themselves and reach a global audience. One of the influencers who has effectively used Instagram to build personal branding is @david\_rizal, who has 97,500 followers. With various engaging content and a fashionable appearance, David has successfully created a strong and easily understood self-image, making him an influencer sought after by brands for product endorsements. The purpose of this study is to find out how a celebrity @David\_rizal forms his personal branding on Instagram social media.*

*Personal branding is the process of forming people's perceptions of aspects of a person's possessions, such as personality, skills and values, which aims to create a positive impression and differentiate individuals from other people. This includes communicating uniqueness, abilities and characteristics that support the achievement of individual goals, as well as managing self-image consistently across various platforms, including social media. By understanding and applying the concept of personal branding, one can build a strong identity, increase credibility, and expand influence in professional and personal environments.*

*This study uses a constructivist paradigm. The research method employed is qualitative with a descriptive approach. The main research subjects are key informants, namely David Rizal, and supporting informants such as his manager and close friends. Data collection was conducted through interviews with key informants and others. Data validity techniques in this study utilize data triangulation.*

*The results of the research on David Rizal's personal branding show that achieving success requires a harmonious alignment between personal values, authenticity, and well-planned communication strategies. David has demonstrated that strong personal branding is not only about creating a solid reputation but also about the ability to foster meaningful and authentic relationships with the audience. Through a combination of personal integrity, adaptability to trends, and an appropriate communication approach, he has been able to build a solid foundation for sustainable and influential personal branding.*

**Keywords:** *personal branding, social media, Instagram, David Rizal*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia yang telah diberikan selama menjalani proses pembuatan Laporan Skripsi yang berjudul Pembentukan *Personal branding* Selebgram @David\_rizal Melalui Media Sosial Instagram sampai dengan selesai. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi laporan tugas akhir.

Laporan skripsi ini disusun atas kerjasama, berkat bantuan, bimbingan, dukungan, nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik dan sabar hingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public relations* serta dosen mata kuliah riset yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan kepada saya.
3. Ibu Bapak serta keluarga di rumah yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang, dukungan, doa hingga nasihat.
4. Seluruh Dosen Program Studi *Public relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Subekti Dwi Saputro dan Ibu Choiriyah selaku orang tua saya yang selalu mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan, serta mendoakan, dan mendukung saya.
6. Bapak David Rizal bersedia untuk dijadikan subjek penelitian pada tugas akhir saya.
7. Sahabat baik saya yaitu Cantika Nabella & Yusuf Syelby yang selalu bersedia mendengar keluhan dan terus memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada saya untuk dapat terus bertahan dan berkembang dalam segala hal.
8. Kepada Wendy Rorenza, pribadi yang selalu menemani saya, mendengarkan keluh kesah saya, meluangkan waktu, memberi semangat untuk terus maju, dan terus termotivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Kepada Sahabat dekat Sabrina Citra Rocanta, Amelia Dhina, dan Fauziah Amelia yang telah memberi support tiada henti kepada penulis serta memberikan dukungan yang penuh semangat.
10. Teman seperjuangan yang sudah mengisi hari-hari saya di perkuliahan sehingga saya dapat terus semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini, yaitu Amanda Oktaviana, Jihan Humaira, Ade Willy, Asqila Amanda, Renata Putrinia, Carissa Amalia.
11. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini namun tidak dapat saya sebutkan Namanya satu-persatu.

Penyusun menyadari bahwa dalam menyusun laporan tugas akhir ini banyak sekali kekurangan, sehingga kritik dan juga saran yang membangun sangat diharapkan untuk karya yang lebih baik lagi kedepannya. Akhirnya penyusun berharap agar tugas besar ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Jakarta, 5 Februari 2025



UNIVERSITAS  
Zania Rinjani Putri Subekti  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</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>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Akademis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Komunikasi .....	19
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	19
2.2.2 Public relation .....	20
2.2.2.1 Pengertian Public relation .....	20
2.2.2.2 Peran Public relation .....	21
2.2.3 Personal branding.....	22
2.2.3.1 Pengertian Personal branding.....	22
2.2.3.3 Personal branding di sosial media.....	24
2.2.3.4 Konsep Pembentukan Personal branding.....	25

2.2.3.5 Konsep Digital Personal branding .....	26
2.2.3.6 Tujuan Personal branding .....	28
2.2.4 New Media .....	28
2.2.4.1 Pengertian New Media .....	28
2.2.4.2 Karakteristik media baru .....	30
2.2.4.3 Konsep New Media.....	31
2.2.4.4 Manfaat media baru.....	34
2.2.5 Media sosial .....	34
2.2.5.1 Pengertian Media Sosial.....	34
2.2.5.2 Karakteristik media sosial.....	36
2.2.6 Instagram.....	37
2.2.6.1 Fitur – Fitur di Instagram.....	38
2.2.7 Selebgram.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	46
3.4.1 Data Primer.....	47
3.4.2 Data Sekunder .....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitan .....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Hukum Spesialisasi (The Law of Specialization) .....	57
4.2.2 Hukum Kepemimpinan ( The Law of Leadership).....	60
4.2.3 Hukum Kepribadian (The Law of Personality).....	64
4.2.4 Hukum Perbedaan (The Law of Distinctiveness) .....	69
4.2.5 Hukum Kenampakan (The Law of Visibility) .....	72
4.2.6 Hukum Kesatuan (The Law of Unity) .....	78

4.2.7 Hukum Keteguhan (The Law of Persistence).....	84
4.2.8 Hukum Maksud Baik ( The Law of Goodwill ).....	87
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.2 Pembentukan Personal Branding Content Creator Selebgram David Rizal Melalui Media Sosial Instagram.....	111
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>114</b>
5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Saran.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram David Rizal.....	7
Gambar 4. 1 David Bahtiyar Rizal.....	52
Gambar 4. 2 Konten Instagram David Rizal.....	54
Gambar 4. 3 Konten Instagram David Rizal menggunakan sepatu hoka .....	58
Gambar 4. 4 Komentar terhadap konten David Rizal.....	61
Gambar 4. 5 Konten sentuhan Humor David pada Instagram .....	70
Gambar 4. 6 Konten Instagram David menjadi Brand Ambassador DuraKing .....	74
Gambar 4. 8 Konten lari David Rizal.....	95
Gambar 4. 9 Highlight dan Konten Instagram David Rizal.....	98
Gambar 4. 10 Konten lucu David Rizal.....	100
Gambar 4. 11 Endorsment David Rizal oleh Dura King .....	102
Gambar 4. 12 Pencarian David Rizal di Internet .....	106



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Informasi Data Key Informan .....	46
Tabel 3. 2 Informasi Data Informan.....	46





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti dan Transkrip Wawancara Key Informan.....	124
Lampiran 2 Bukti dan Transkrip Wawancara Informan .....	132
Lampiran 3 Bukti dan Transkrip Wawancara Informan .....	136
Lampiran 4 CV Peneliti .....	139
Lampiran 5 Pernyataan Similarity check .....	140

