



**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN *SELF
PRESENTATION* OLEH NON-SELEBRITAS DALAM
MEMBANGUN PERSONAL BRANDING
(Studi Kasus Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
DIANA AMELIA SAFITRI
44221110042
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 : Diana Amelia Safitri
NIM : 44221110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN SELF
PRESENTATION OLEH NON-SELEBRITAS DALAM
MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Studi Kasus
Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)

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 April 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Diana Amelia Safitri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Diana Amelia Safitri
NIM : 44221110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN SELF PRESENTATION OLEH NON-SELEBRITAS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Studi Kasus Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)

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 : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201

Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si. ()
NIDN : 0330077301

Penguji Ahli : Anindita, S.Pd., M.I.Kom ()
NIDN : 0306018903

Jakarta, 3 Mei 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan petunjuk-Nya yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir yang membahas mengenai **“PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN *SELF PRESENTATION* OLEH NON-SELEBRITAS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Studi Kasus Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)”**.

Penyusunan Tugas Akhir Skripsi bertujuan sebagai bagian penting dalam pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 (S-1) dalam program studi Public Relations di Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Pusat.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini, peneliti mendapatkan dukungan dan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Dengan bantuan mereka, peneliti berhasil menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua yang telah turut serta dalam mendukung penelitian ini. Ucapan terima kasih khususnya di sampaikan kepada:

1. Kepada Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan serta masukan membangun kepada peneliti sepanjang perjalanan, mulai dari tahap awal hingga penyelesaian penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.

2. Kepada Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini. Kepada Dr. A. Rahman, HI, M.Si. selaku ketua pada saat seminar proposal, yang telah memberikan masukan berharga kepada peneliti untuk memperbaiki penelitiannya.
3. Kepada Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M.Si., selaku ketua sidang tugas akhir, saya menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya masukan membangun yang diberikan demi peningkatan kualitas penelitian ini.
4. Kepada Anindita, S.Pd., M.I.Kom., sebagai penguji ahli dalam sidang tugas akhir, saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan masukan bernilai yang sangat berarti bagi pengembangan isi penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu di Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya di Jurusan Public Relations, Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak wawasan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan penelitian.
6. Terima kasih kepada Para Narasumber yang bersedia memberikan bantuan dan waktu mereka sebagai narasumber data dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya yang telah mendoakan dengan sepenuh hati, sehingga Tuhan memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Kedua saudara kandung saya yang memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

9. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan, masukan dan saran sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti telah berupaya dengan sebaik-baiknya untuk menyusun penelitian ini. Namun, peneliti menyadari bahwa masih ada kemungkinan kekurangan dan belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus menerima kritik dan saran konstruktif untuk meningkatkan kualitas penelitian ini. Harapannya adalah bahwa hasil penelitian ini akan memberikan manfaat kepada peneliti dan pembaca secara luas. Terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta, 26 April 2025

Peneliti



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diana Amelia Safitri
NIM : 44221110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN SELF PRESENTATION OLEH NON-SELEBRITAS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Studi Kasus Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 April 2025



Diana Amelia Safitri

ABSTRAK

Nama : Diana Amelia Safitri
NIM : 44221110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN SELF PRESENTATION OLEH NON-SELEBRITAS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING (Studi Kasus Pada Lulusan SMK Telkom Purwokerto)
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom

Personal branding adalah proses membentuk citra dan identitas diri yang ingin ditampilkan kepada publik, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menguraikan strategi di balik penggunaan Instagram untuk membangun personal branding, khususnya pada lulusan SMK Telkom Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta paradigma konstruktivis. Sampel penelitian terdiri dari empat lulusan SMK Telkom Purwokerto yang memiliki akun Instagram aktif, yaitu @han.lhl, @sabil_azza, @shintagyanrini, dan @anikaputriiii. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi oleh Effendy dan Self-Presentation oleh Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasumber membangun personal branding melalui langkah strategis: penetapan komunikator, analisis audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, serta evaluasi efek komunikasi. Mereka memanfaatkan fitur Instagram secara optimal dan menyusun konten yang selaras dengan keahlian dan nilai yang ingin ditonjolkan. Dari sisi self-presentation, mereka mengontrol penampilan digital dengan memperhatikan performa, pengaturan panggung, serta elemen visual konten. Strategi ini membantu menciptakan kesan yang autentik dan positif di mata audiens.

Kata kunci: Instagram, Personal Branding, Strategi Komunikasi, Self-Presentation, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Diana Amelia Safitri
NIM : 44221110042
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Instagram Usage Strategies by Non-Celebrities to Build
Personal Branding (A Case Study on Graduates of SMK
Telkom Purwokerto)
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom

Personal branding is the process of shaping one's image and identity to be presented to the public, particularly through social media platforms like Instagram. This research aims to comprehensively examine and elaborate on the strategies employed in utilizing Instagram for personal branding, specifically among graduates of SMK Telkom Purwokerto.

This research employs a qualitative method with a case study approach and follows a constructivist paradigm. The study sample consists of four SMK Telkom Purwokerto graduates with active Instagram accounts: @han.lhl, @sabil_azza, @shintagyanrini, and @anikaputriiii. The sampling technique used is purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observation, literature study, and documentation.

This study employs Communication Strategy theory by Effendy and Self-Presentation theory by Goffman. The findings reveal that the informants build their personal branding through strategic steps: identifying themselves as communicators, analyzing their target audience, composing impactful messages, choosing suitable media, and evaluating communication effects. They leverage Instagram features effectively and create content that reflects their skills and values. In terms of self-presentation, they manage their digital appearance through consistent performance, controlled setting, and strong visual elements. These strategies create an authentic and positive impression in the eyes of their audience.

Keywords: Instagram, Personal Branding, Communication Strategy, Self-Presentation, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Strategi Komunikasi	15
2.2.2 Teori <i>Self Presentation</i>	17
2.2.3 Personal Branding	18
2.2.4 Instagram Sebagai Platform Personal Branding	19
2.2.5 Pengertian Media Baru	22
2.2.6 Karakteristik Media Baru	23
2.2.7 Media Sosial	24
2.2.8 Kerangka Konsep	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Subjek Penelitian	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Data Primer	29
3.4.2 Data Sekunder	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Profil SMK Telkom Purwokerto	34
4.1.2 Profil Narasumber	36
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Strategi Komunikasi Non-Selebritas SMK Telkom Purwokerto dalam Membangun Personal Branding di Instagram	43
4.2.2 Personal Branding melalui <i>Self Presentation</i>	58
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Strategi Komunikasi Lulusan SMK Telkom Purwokerto Dalam Membangun Personal Branding	67
4.3.2 Personal Branding Lulusan SMK Telkom Purwokerto Melalui <i>Self Presentation</i>	70
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia	4
Gambar 2.1 Kerangka Konsep dari Olah Pikir Peneliti	27
Gambar 4.1 Logo SMK Telkom Purwokerto	36
Gambar 4.2 Profil Instagram @han.lhl	39
Gambar 4.3 Profil Instagram @sabil_azza	40
Gambar 4.4 Profil Instagram @shintagyanrini	42
Gambar 4.5 Profil Instagram @anikaputriii	44
Gambar 4.6 Logo Instagram	45
Gambar 4.7 Konten Tips Freelancer di Instagram Anika	49
Gambar 4.8 Konten Unboxing Tools Gambar di Instagram Shinta	50
Gambar 4.9 Konten Traveling di Instagram Lihul	55
Gambar 4.10 Konten Reels Salsa	58
Gambar 4.11 Konten Instagram Anika Sebagian Besar Berupa Video	59
Gambar 4.12 Instagram Stories Instagram Shinta	61
Gambar 4.13 Konten Bermanfaat Instagram Anika	64
Gambar 4.14 Konten Instagram Salsa Berupa Foto Dirinya di Alam	64
Gambar 4.15 Pemilihan Lagu Pada Postingan Instagram Shinta	66
Gambar 4.16 Konten Instagram Shinta Mengenai Video Menggambar	68
Gambar 4.17 Konten Instagram Salsa Mengenai Video Islami	69
Gambar 4.18 Bagan Implementasikan Strategi Komunikasi Para Narasumber dalam Membangun Personal Branding	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	33

