



**PERSONAL BRANDING PADA INFLUENCER @Velincrant
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



SKRIPSI

Firda Zahrani

44221010185

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Firda Zahrani
NIM	: 44221010185
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Personal Branding Pada Influencer @Velincrant 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, 8 Agustus 2025



Firda Zahrani

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Firda Zahrani
NIM : 44221010185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Pada Influencer
@Velincrant 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 I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I	: Cherry Kartika, M.I.Ikom	()
NIDN	: 0311067504	
Ketua Penguji	: Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si	()
NIDN	: 0319027201	
Penguji Ahli	: Rizky Octarina Costa, M.Ikom	()
NIDN	: 0324108303	

Jakarta, 5 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(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:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Firda Zahrani
NIM	: 44221010185
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Personal Branding Pada Influencer @Velincrant 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, 8 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Firda Zahrani)

ABSTRAK

Nama : Firda Zahrani
NIM : 44221010185
Bidang Studi : Public Relation
Judul : Personal Branding Pada Influencer @Velincrant Melalui Media Sosial Instagram
Dosen Pembimbing : Cherry Kartika, M.Ikom

Personal branding adalah suatu aktivitas yang dapat dilakukan untuk membangun persepsi orang lain terhadap diri kita, sehingga dengan melakukan *personal branding* maka seseorang dapat memperngaruhi pandangan orang lain terhadap dirinya sesuai dengan kehendaknya. Penelitian ini membahas personal branding pada *influencer* @Velincrant melalui media sosial instagram. Dalam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *personal branding* pada *influencer* @Velincrant melalui media sosial instagram. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara *natural setting* (kondisi alamiah), diantaranya observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan, delapan konsep pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya, terdiri dari spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa @Velincrant mampu membangun personal branding sebagai *beauty influencer* yang konsisten, edukatif, interaktif, dan memberikan nilai-nilai positif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial instagram dapat menjadi sarana efektif untuk membangun *personal branding beauty influencer* yang memiliki moral dan etika.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Instagram, Velinda C Dianti, *Beauty, Influencer*

ABSTRACT

Name : Firda Zahrani
NIM : 44221010185
Study Program : Public Relation
Title : Personal Branding Pada Influencer @Velincriant Melalui Media Sosial Instagram
Counsellor : Cherry Kartika, M.Ikom

Personal branding is an activity that can be done to build other people's perceptions of ourselves, so that by doing personal branding, a person can influence other people's views of himself according to his wishes. This research discusses personal branding on influencer @Velincriant through social media instagram. This research aims to find out how personal branding on influencer @Velincriant through social media Instagram. The approach used is qualitative with data collection techniques in natural settings (natural conditions), including observation, interviews, and documentation. The data obtained is then analyzed using, eight concepts of personal branding formation according to Peter Montoya, consisting of specialization, leadership, personality, difference, visible, unity, constancy and good name. The results of this study show that @Velincriant is able to build personal branding as a beauty influencer that is consistent, educative, interactive, and provides positive values. This study concludes that Instagram social media can be an effective means of building personal branding beauty influencers who have morals and ethics.

Keywords : Personal Branding, Instagram, Velinda C Dianti, Beauty, Influencer

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan Rahmat hidayah dan karunia-Nya karena sudah memberikan kelancaran dalam proses pembuatan laporan skripsi dan dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **“Personal Branding Pada Influencer @Velincriant Melalui Media Sosial Instagram”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang Public Relations, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik, tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Cherry Kartika, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah sabar sehingga banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan-pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
2. Dra. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Ketua Sidang tugas akhir, Universitas Mercu Buana
3. Rizky Oktarina Costa, M.Ikom selaku Dosen Penguji Sidang tugas akhir, Universitas Mercu Buana
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, dan Pembimbing Akademik, Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi bidang Public Relations, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu nya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Velinda C. Dianti selaku beauty influencer, sebagai subjek penelitian dalam skripsi ini, karena telah banyak meluangkan waktu, membantu memberikan informasi-informasi, dukungan, serta menginspirasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kedua orang tua, mama Atik dan papa Yasin yang sangat penulis sayangi dan cintai, pengorbanan yang tak akan pernah terbalaskan. Terima kasih kepada mama dan papa karena telah memberikan banyak dukungan, saran, nasehat, dan tidak henti-hentinya mendoakan penulis. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis dalam pembuatan skripsi ini, papa yang tidak pernah menolak mengantarkan dan menemani penulis untuk pergi kemanapun mengurus perihal skripsi, dan mama yang selalu menyiapkan kebutuhan perihal skripsi. Tidak henti-henti nya penulis mengucapkan terima kasih, karena mama papa sudah menjadi orang tua yang sangat amat sempurna dan penulis sangat bersyukur.
9. Kedua saudara kandung, teteh dan abang yang selalu memberi semangat, dukungan, doa, dan memberikan *self reward* untuk penulis. Terima kasih selalu mendengarkan keluhan penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk seseorang yang selalu ingin di repotkan, selalu menguatkan, dan selalu dengan sabar mendengarkan keluhan penulis. Terima kasih sudah menjadi rumah kedua setelah keluarga, selalu ada kapan pun penulis membutuhkan, selalu memberikan *self reward* agar penulis tidak stress. Terima kasih karena memberi semangat dan meyakinkan bahwa penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Bedul family, kucing peliharaan penulis yang terdiri dari Mochi, Motty, Dudul, Luna, Michi, Micho, Bowie, Bule, Cilu, Cilo, Ibu, Abu, Jenny, Lisa, Rose, Minal, Minul, Monel, Abay, dan Ucil. Mereka yang selalu menjadi penyemangat dikala penulis sedang sedih, cape, dan tingkah-tingkah lucu mereka yang selalu membuat penulis merasa merasa

senang dan tidak stress. Bermain dengan mereka membuat semangat penulis kembali.

12. Sahabat sedari kecil, Fionnuala, Tiara, Dina, dan Dawiyah yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan semangat, dan menguatkan penulis, terima kasih sudah selalu siap ketika dimintai bantuan oleh penulis.
13. Krisis identitas teman semasa SMP yang beranggota Jessica, Adelia, Nabila, Nurmaya, Sulastri, Safina, Nicky, Ivana, dan Putri. Mereka yang telah menemani selama 8 tahun, dan selalu memberi semangat serta dukungan.
14. Salma dan Farah teman seperjuangan dimasa perkuliahan, yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan saran, memberikan banyak informasi-informasi selama proses skripsi ini. Penulis harap, kedepatan kita akan terus sampai kejenjang kedepan. Terima kasih telah sabar
15. Teman-teman Public Relation 21 Menteng yaitu Bunga, Sheila, Regita, Zhahana, Nadiva, Aulia, Oliver, Farden, dan Lintang. Terimakasih selama 4 tahun dimasa perkuliahan kita menjadi teman baik, teman keluh kesah, saling menguatkan, dan terima kasih telah menjadi bagian dari proses penulisan skripsi ini.
16. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun tidak akan mengurangi rasa hormat, dan apresiasi atas dedikasi yang tulis diberikan.

Peneliti menyadari bahwa penulisan penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, apabila pembaca berkenan, boleh disampaikan kritik dan sarannya, yang akan penulis terima dengan baik sebagai bahan evaluasi. Serta, penulis berharap penelitian ini dapat membuka wawasan dan menjadi inspirasi pembaca dalam memahami Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Public Relations.

Jakarta, 15 Juni 2025

Firda Zahrani

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4. Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Secara Akademis.....	20
1.4.2 Secara Praktis.....	20
BAB II	22
KAJIAN TEORITIS.....	22
2.1. Penelitian Terdahulu	22
2.2. Kajian Teoritis	32
2.2.1. Komunikasi.....	32
2.2.2. Public Relations.....	32
2.2.3. Personal Branding.....	33
2.2.4. Media Sosial.....	40
2.2.5. Instagram.....	41
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44

3.3 Subjek Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
1. Reduksi Data.....	51
2. Penyajian data	51
3. Menarik kesimpulan	52
3.6 Teknik pemeriksaan Keabsahan Data	52
1. Triangulasi Sumber	53
2. Triangulasi Teknik.....	53
3. Triangulasi Waktu.....	53
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.4.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	57
4.4.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	62
4.4.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	67
4.4.4 Perbedaan (<i>The Law Of Distinctiveness</i>)	73
4.4.5 Terlihat/Kenampakan (<i>The Law of Visibility</i>)	79
4.4.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	85
4.4.7 Keteguhan (<i>The Law of Perisistence</i>).....	91
4.4.8 Nama baik (<i>The Law of Goodwill</i>)	96
4.3 Pembahasan.....	106
BAB V	116
KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	121
Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	121
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dan Dokumentasi	123
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tangkap Layar isi konten @Velincriant.....	8
Tabel 1.2 Perbandingan @Velincriant dengan @Putriszi.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Data Diri Informan.....	45
Tabel 4.1 Hasil Pembahasan.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2024.....	5
Gambar 1.2 Profile Akun Instagram Velinda C. Dianti.....	7
Gambar 1.3 Isi komentar pada beberapa konten @Velincriant.....	11
Gambar 1.4 Highlight dengan judul “Testimoni”	12
Gambar 1.5 Konten edukasi @Velincriant.....	17
Gambar 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
Gambar 4.2 Spesialisasi.....	107
Gambar 4.3 Kepemimpinan.....	108
Gambar 4.4 Kepribadian.....	109
Gambar 4.5 Perbedaan.....	110

