

***PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM***  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**UMI MAHFUDHOH**

**NPM.1643010004**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERANJAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar)**

Disusun oleh

UMI MAHFUDHOH  
NPM. 1643010004

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



Drs. Saifuddin zuhri, M.si  
NIP. 197006122021211002

Mengetahui

DEKAN,



Dr. Catur suratnoaji, M.si  
NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM**  
(Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar)  
Oleh:

**UMI MAHFUDHOH**

NPM.1643010004

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Pada Tanggal 10 Juli 2023

Pembimbing utama

**Drs. Saifuddin zuhri, M.si**  
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji

1. ketua

**Drs. Saifuddin zuhri, M.si**  
NIP. 197006122021211002

2. sekretaris

**Dra. Sumardijati, M.si**  
NIP.19620323199309 2001

3. Anggota

**Ir.H. Didiek Tranggono, M.si**  
NIP.19581223 199001 1001

DEKAN,



**Dr. Catur suratnoaji, M.si**  
NIP.196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Umi Mahfudhoh  
NPM : 1643010004  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : *Personal Branding* melalui instagram  
(Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @RizkyBillar)

Dengan ini menyatakan :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 10 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Umi Mahfudhoh)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penyusun panjatkan kepada Allah SWT yang melimpahkan karunia rahmat serta petunjuk sehingga penyusun bisa menyelesaikan usulan yang berupa penelitian yang berjudul **”PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar).”**

Selama menyusun skripsi ini telah banyak hambatan yang penyusun lewati dan tanpa bantuan banyak pihak tentu akan sulit untuk penyusun menyelesaikan skripsi ini, untuk itu penyusun mengucapkan ribuan terimakasih pada Drs. Saifuddin Zuhri M,si selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan waktunya selama proses bimbingan skripsi, dan terimakasih pada:

1. Dr. Catur Suratnoaji selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. Dr. Syafrida Nurrachmi Febiyanti, M.Med.Kom selaku koordinator program studi ilmu komunikasi Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur
3. Dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Bapak, Ibu, Bapak, Ibu Mertua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat secara penuh kepada penulis.
5. Syahrul Gunawan dan Arshelio Gunawan terimakasih atas dukungan dan semangat selama menjalani perkuliahan dan membuat hari-hari menjadi berwarna.

6. Fahmiyatul Bahiroh dan semua Teman-teman terbaik “kontrakan squad” atas segala canda dan tawa yang telah dijalani bersama selama merantau.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini, Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Surabaya, 10 juli 2023

Penulis

**Umi Mahfudhoh**

## DAFTAR ISI

COVER HALAMAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	x
ABSTRAK.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian .....	9
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat praktis.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian terdahulu .....	11
2.2 Landasan teori.....	14
2.2.1 <i>Personal Branding</i> .....	14
2.2.2 Dasar pembentuk <i>Personal Branding</i> .....	16
2.2.3 Fungsi <i>personal branding</i> .....	16

2.2.4 Konsep Pembentuk <i>Personal Branding</i> .....	18
2.2.5 Citra.....	19
2.2.6 Media Baru.....	21
2.2.7 Instagram .....	26
2.2.8 Komunikasi Melalui Media Sosial.....	29
2.3 Kerangka berfikir .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Metode penelitian.....	40
3.3 Definisi Konseptual.....	41
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi objek penelitian .....	48
4.2 Profil pengguna instagram Rizky Billar .....	49
4.3 Penyajian dan Analisis Data .....	52
4.3.1 Akun instagram Rizky Billar (@Rizky Billar).....	52
4.3.2 Proses Personal branding melalui akun media sosial Instagram .....	53
4.4 Pembahasan .....	68
4.4.1 Spesialisasi ( <i>The law of specialization</i> ).....	69



4.4.2 Kepemimpinan ( <i>The law of leadership</i> ) .....	69
4.4.3 Kepribadian ( <i>The law of personality</i> ).....	70
4.4.4 Perbedaan ( <i>The law of distinctiveness</i> ).....	71
4.4.5 Terlihat ( <i>The law of visibility</i> ) .....	71
4.4.6 Kesatuan ( <i>The law of unity</i> ) .....	71
4.4.7 Keteguhan ( <i>The law of persistence</i> ).....	72
4.4.8 Nama baik ( <i>The law of goodwill</i> ).....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>74</b>
5.5 Kesimpulan.....	74
5.6 Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Media sosial terbanyak pada semester 1 2021 .....	6
Gambar 1. 2 : Akun instagram Gritte Agatha.....	8
Gambar 1. 3 : Akun instagram Rizky Bilar.....	9
Gambar 2. 1 : Tampilan lima menu utama instagram .....	46
Gambar 4. 1 : Profil Rizky Billar .....	56
Gambar 4. 2 : Profil Rizky Billar 2 .....	61
Gambar 4. 3 : Profil Rizky Billar 3 .....	63
Gambar 4. 4 : Profil Rizky Billar 4 .....	65
Gambar 4. 5 : Profil Rizky Billar 5 .....	66
Gambar 4. 6 : Profil Rizky Billar 6 .....	67
Gambar 4. 7 : Profil Rizky Billar 7 .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 : Model Pembentukan Citra .....	23
Tabel 2. 3 : Kerangka Pemikiran .....	31
Tabel 2. 4 : Media sosial yang sering digunakan .....	43

## **ABSTRAK**

Umi Mahfudhoh, NPM: 1643010004, *PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM* (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui personal branding apa saja yang ditonjolkan Rizky billar pada media sosial instagram akun Rizky Billar periode bulan Agustus 2020 - juli 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu peneliti mengumpulkan postingan instagram Rizky Billar dari bulan Agustus 2020 sampai Juli 2023 sesuai kategori yang sudah ditetapkan.

Hasil penelitian yang peneliti temukan mengenai personal branding dari Rizky Billar adalah dimana Rizky bilar ini memanfaatkan media sosial khususnya instagram dengan baik, untuk membangun personal brandingnya, sehingga apa yang ingin ditunjukkan dan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para pengikut (Followers) innstagram Rizky billar.

***Kata Kunci : New Media, Personal Branding, Rizky Billar***

## **ABSTRACT**

Umi Mahfudhoh, NPM: 1643010004, *PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM* (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Rizky billar)

This study aims to find out what personal branding is highlighted by Rizky Billar's on Rizky Billar's instagram social media accounts for the peiod August 2020-july 2023. This study uses a qualitative descriptive research method. The data analysis technique in this study was that researchers collected rizky illar's instagram posts from August 2020 to july 2023 according to predetermined categories.

The results of the research that the researchers found regarding Personal Branding from Rizky Billar's are bthat Rizky Billar makes good use of soscial media, espesially Instagram, to build his Personal Branding, so that what he wants to show and convey can be well received to show and convey cn be well received by Rizky Billar's Instagram Followers.

***Keywords : New Media, Personal Branding, Rizky Billar's***