

**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER TASYI ATHASYIA DI INSTAGRAM PASCA
KASUS PENAHANAN HAK KARYAWAN**

SKRIPSI



OLEH

EVA AMALIA

NPM. 20043010222

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN
PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP PERSONAL BRANDING
INFLUENCER TASYI ATHASYIA DI INSTAGRAM PASCA KASUS
PENAHANAN HAK KARYAWAN

Disusun Oleh:

Eva Amalia
20043010222

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006


LEMBAR PENGESAHAN
PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER TASYI ATHASYIA DI INSTAGRAM PASCA KASUS
PENAHANAN HAK KARYAWAN

Disusun Oleh:


Eva Amalia
20043010222

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 25 Juni 2024

Pembimbing


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

1. Ketua

Tim Penguji,

Svifa Svarifah, S.Sos., M.Commun
NPT. 384031002991


2. Sekretaris


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

3. Anggota


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A.
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eva Amalia
NPM : 20043010222
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Followers Terhadap Personal Branding
Influencer Tasyi Athasyi di Instagram Pasca Kasus
Penahanan Hak Karyawan

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

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 diujikan 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, 1 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Eva Amalia)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhannahu Wata'ala. *Dzat* yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan dan keberkahan. Shalawat serta salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wassalam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Alhamdulillah atas segala pertolongan, Rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi *Followers* Terhadap *Personal Branding Influencer* Tasyi Athasyia di Instagram Pasca Kasus Penahanan Hak Karyawan”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana Ilmu Komunikasi. Skripsi yang disusun oleh penulis meneliti fenomena mengenai berbagai persepsi yang muncul dari *followers* Instagram *influencer* Tasyi Athasyia setelah adanya kasus penahanan hak karyawan.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai dukungan dari pihak-pihak yang dengan ketulusuan hati turut memberikan kontribusinya. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah Subhannahu Wata'ala atas seluruh nikmat dan karunia-Nya
2. Teristimewa dan tersayang untuk kedua orang tua penulis yang telah berjuang di masa tuanya demi anak tersayanginya menjadi seorang sarjana. Terutama terimakasih banyak untuk ibu penulis yang telah memberikan seluruh kasih sayang, pengorbanan dan semangatnya agar penulis tidak merasa kekurangan dalam hal apapun.

3. Keluarga tercinta yang senantiasa membantu penulis menyelesaikan pendidikan sarjana kurang lebih empat tahun lamanya. Keempat kakak penulis yang selalu memastikan penulis tidak kekurangan apapun saat di perantauan.
4. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi F, M. Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si sebagai Dosen Pembimbing penulis yang telah sabar dan memberikan banyak ilmu baru untuk penulis dalam Menyusun skripsi.
6. Wahyu Oktody sebagai lelaki yang selalu menemani proses penulis dalam menyusun skripsi dari awal hingga akhir. Lelaki yang juga memberikan banyak kontribusinya dalam penulisan skripsi dan memastikan penulis dalam keadaan bahagia.
7. Keci sebagai teman terbaik penulis yang telah berteman hampir delapan tahun lamanya, yang selalu memberikan afirmasi positif dan dukungan agar penulis segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman yang juga turut menemani penulis dan memberikan banyak kontribusi untuk penyusunan skripsi ini.
9. Ruth sebagai satu-satunya teman seperjuangan dari awal kuliah *offline* hingga wisuda, yang juga memberikan banyak kontribusi untuk kelangsungan penyusunan skripsi.

Terimakasih penulis haturkan untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis

menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Maka dari itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat untuk pembaca dan dapat juga dijadikan sebagai referensi demi pengembangan yang lebih baik. Kebenaran datangnya dari Allah dan kesalahan datangnya dari penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua.

Surabaya, 2024

Penulis

Eva Amalia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1. Persepsi	17
2.2.2. <i>Individual Differences Theory</i> (Teori Perbedaan Individu).....	23
2.2.3. <i>Personal branding</i>	24
2.2.4. New Media	28
2.2.5. Media Sosial Instagram.....	30
2.2.6. <i>Influencer</i>	34
2.2.7. <i>Followers</i> Instagram @tasyiiathasyia	36
2.3. Kerangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Definisi Konseptual	40
3.3. Informan	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5. Jenis Sumber Data	43
3.6. Lokasi Penelitian	44

3.7. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2. Identitas Informan	57
4.3. Penyajian dan Analisis Data.....	66
4.4. Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN & SARAN	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN 1	102
LAMPIRAN 2	104
LAMPIRAN 3	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Youtube Tasyi Athasyia	1
Gambar 2. Akun <i>Instagram</i> Tasyi Athasyia.....	2
Gambar 3. Salah Satu Postingan Tasyi di <i>Instagram</i>	3
Gambar 4. Konten <i>Unboxing</i>	4
Gambar 5. <i>Story Instagram</i> @ris_tavia.....	5
Gambar 6. Hujatan Di Akun <i>Instagram</i> @tasyiiathasyia	7
Gambar 7. Komentar Hujatan di <i>Instagram</i> @tasyiiathasyia.....	7
Gambar 8. Postingan Tasyi Tanggal 3 Oktober 2023	8
Gambar 9. Komentar Pujian.....	8
Gambar 10. Komentar Dukungan oleh <i>Followers</i> Tasyi	9
Gambar 11. Profil akun <i>Instagram</i> @tasyiiathasyia.....	46
Gambar 12. Beberapa Postingan Tasyi Athasyia	49
Gambar 13. Postingan Tasyi dan Tanggapan Netizen	50
Gambar 14. Postingan Tas Branded Tasyi Athasyia.....	51
Gambar 15. Postingan Tasyi Mengenai Kisah Nabi	52
Gambar 16. <i>Instastory</i> Tasyi Membagikan Dalil Islam	52
Gambar 17. Interaksi Tasyi dengan <i>Followers</i>	53
Gambar 18. Postingan Tasyi Mengenai Aksi Sosial	54
Gambar 19. Daftar <i>Followers</i> Tasyi Athasyia	56
Gambar 20. Contoh Akun <i>Followers</i> Tasyi Athasyia	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 1.2 Kerangka Berpikir	38

ABSTRAK

Eva Amalia, Persepsi *Followers* Terhadap *Personal Branding Influencer* Tasyi Athasyia Pasca Kasus Penahanan Hak Karyawan.

Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan sebagai *platform* untuk membangun dan mengenalkan *personal branding* kepada publik. Terutama bagi seorang *influencer* yang bekerja melalui Instagram harus memiliki *personal branding* untuk mempermudah kerja sama. *Personal branding* yang ditampilkan pada media sosial ini akan membentuk berbagai macam persepsi dari *followers*. Fokus penelitian ini adalah persepsi *followers* terhadap *personal branding* Tasyi Athasyia di Instagram setelah adanya kasus penahanan hak karyawan yang dilakukan oleh *influencer* Tasyi Athasyia pada tahun 2023 kemarin. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Perbedaan Individu dan *Personal Branding Concept* dengan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah kredibilitas Tasyi Athasyia sebagai konten creator sangat tinggi, karena *followers* masih menyukai konten memasak Tasyi Athasyia meskipun sudah tidak respect terhadap sosok Tasyi Athasyia.

Kata Kunci: Persepsi, Followers, Personal Branding, Influencer, Tasyi Athasyia

ABSTRACT

Eva Amalia, *Followers' Perceptions of Personal Branding Influencer Tasyi Athasyia After the Employee Rights Detention Case.*

Instagram is a social media that is widely used as a platform for building and introducing personal branding to the public. Especially for an influencer who works via Instagram, they must have personal branding to make collaboration easier. Personal branding displayed on social media will shape various perceptions from followers. The focus of this research is followers' perceptions of Tasyi Athasyia's personal branding on Instagram after the case of employee rights being detained by influencer Tasyi Athasyia in 2023. The theories used in this research are the Theory of Individual Differences and the Personal Branding Concept with descriptive qualitative methods. Data collection was carried out by means of documentation and interviews. The results of this research are that Tasyi Athasyia's credibility as a content creator is very high, because followers still like Tasyi Athasyi's cooking content even though they no longer respect Tasyi Athasyia's figure.

Keywords: *Perception, Followers, Personal Branding, Influencer, Tasyi Athasyia*