

PERSONAL BRANDING AKUN TIKTOK @VMULIANA
(Studi Analisis Isi Kuantitatif Edukasi Personal Branding
Periode Januari-Juni 2025)

SKRIPSI



Oleh:

DIAH ARUM TITAH PUJANGKARA

NPM. 21043010214

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSONAL BRANDING AKUN TIKTOK @VMULIANA
(Studi Analisis Isi Kuantitatif Edukasi Personal Branding
Periode Januari-Juni 2025)

Disusun oleh:

Diah Arum Titah Puangkara
NPM. 21043010214

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Drs. Saifudin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Mengetahui
DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN
PERSONAL BRANDING AKUN TIKTOK @VMULIANA
(Studi Analisis Isi Kuantitatif Edukasi Personal Branding
Periode Januari-Juni 2025)**

Oleh:

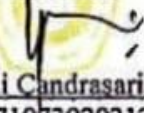
Diah Arum Titah Pujangkara
NPM. 21043010214

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 9 Juli 2025.**

PEMBIMBING


Drs. Saifudin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

**TIM PENGUJI,
KETUA**


Dr. Yuli Candrasari, M.Si
NIP. 197107302021212003

SEKRETARIS


Drs. Saifudin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

ANGGOTA


Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A
NIP. 199207152024061001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Surainoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diah Arum Titah Pujangkara
NPM : 21043010214
Program : Sarjana (SI)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

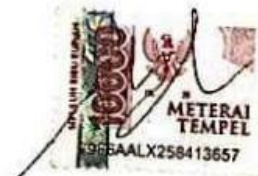
Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Diah Arum Titah Pujangkara

NPM. 21043010214

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Bapak Drs. Saifudin Zuhri., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis
4. Ibu Syifa S. Alamiyah., S.Sos., M.Commun, selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Ibu Lilik Agus Setiani dan Bapak Panggung Handoko, selaku kedua orangtua saya yang selalu mensupport dan memberi semangat
7. Ajeng Ayu Titah Pujangkara, selaku kakak saya yang mensupport dan membantu saya dalam menulis skripsi ini
8. Raeveya Hafsah Atsirudin selaku ponakan saya yang selalu menghibur dan memberi semangat saya di saat saya sedih saat selama menulis skripsi ini dan dari awal masuk kuliah hingga akhir kuliah saya.
9. Raevayna Shafiyah Atsirudin selaku ponakan saya yang selalu menghibur dan memberi semangat saya di saat saya sedih saat selama menulis skripsi ini dan dari awal masuk kuliah hingga akhir kuliah saya.
10. Terimakasih teman-teman ku semua yang berjuang bersama dari awal menjadi mahasiswa baru sampai akhir menjadi mahasiswa.

11. Teman spesial saya yang selalu membantu, selalu menyemangati, dan selalu dukung saya dari awal penulis menulis skripsi ini hingga akhir skripsi ini selesai

12. Pink Pop Lemonade Tommorow Coffe, khusus nya gerai UPN Veteran Jawa Timur, Terimakasih sudah menjadi alasan penulis untuk tetap hidup, mood booster di segala kondisi dan situasi, serta teman setia yang menemani penulis sejak awal menulis skripsi ini hingga akhir skripsi ini selesai

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
Daftar Gambar	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian terdahulu	15
2.2. Landasan Teori.....	19
2.2.1 Branding.....	19
2.2.2. Personal Branding.....	20
2.2.3. Digital Personal Branding	24
2.2.4. Self-Presentation	26
2.2.5. Media Sosial	28
2.4. Content Creator	33
2.5. Konten	36
2.6. Analisis Konten	38
2.7. Edukasi	39

2.8. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Kategorisasi.....	43
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.3.1 Unit Analisis	44
3.4 Sumber Data.....	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran umum	55
4.1.1 profil Vina Muliana	55
4.1.2. Profil Akun Tiktok Vina Muliana (@vmuliana).....	57
4.2 Penyajian Dan Analisis Data	62
4.2.1. Analisis Tematik Personal Branding Akun TikTok@vmuliana	62
1. Edukasi Karier & Dunia Kerja	63
2. Pengembangan Diri (Self-Development)	67
3. Konsistensi & Branding Pribadi.....	71
4. Respons terhadap Komunitas / Interaksi Sosial	76
5. Pemanfaatan Media Digital untuk Edukasi	80
BAB V.....	85
Kesimpulan dan Saran.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85
Daftar Pustaka	88

DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1 8 Negara dengan pengguna Tiktok Terbesar di Dunia (Per April 2025)	2
gambar 1. 2 tiktok award Best Of Learning and Education TikTok Awards	8
gambar 1. 3 forbes 30 under 30	9
gambar 1. 4 Profil Akun @vmuliana Di Media Social TikTok	10
gambar 1. 5 hastag #tipskerjavina	11
gambar 1. 6 6 content creator membahas tips kerja	11
gambar 1. 7 6 content creator membahas tips kerja	12
gambar 4. 1 Profil Vina Muliana	55
gambar 4. 2 Profil Akun TikTok Vina Muliana	57
gambar 4. 3 Gambar video pertama akun TikTok @vmuliana	57
gambar 4. 4 Gambar content creator membahas tips kerja	58
gambar 4. 5 Gambar content creator membahas tips kerja	59
gambar 4. 6 Akun Tiktok @vmuliana	60
gambar 4. 7 Gambar Akun TikTok @vmuliana terverifikasi	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel penelitian terdahulu.....	19
Tabel 2. 2 Kerangka Berfikir	41
Tabel 3. 1 Sampel penelitian video pada Akun TikTok @vmuliana postingan dan likes	52
 Tabel 4.2 1 Analisis Unit Tematik Berdasarkan Tema Pada Postingan Akun TikTok @vmuliana	63
Tabel 4.2 2 Analisis Unit Tematik Subkategori “Edukasi Karier dan Dunia Kerja” pada Postingan Akun TikTok @vmuliana.....	64
Tabel 4.2 3 Analisis Unit Tematik Subkategori “Pengembangan Diri (Self-Development)” pada Postingan Akun TikTok @vmuliana.....	68
Tabel 4.2 4 Analisis Unit Tematik Subkategori “Konsistensi & Branding Pribadi” pada Postingan Akun TikTok @vmuliana.....	72
Tabel 4.2 5 Analisis Unit Tematik Subkategori “Respons terhadap Komunitas / Interaksi Sosial” pada Postingan Akun TikTok @vmuliana	77
Tabel 4.2 6 Analisis Unit Tematik Subkategori “Pemanfaatan Media Digital untuk Edukasi” pada Postingan Akun TikTok @vmuliana.....	81

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis personal branding yang dilakukan oleh Vina Andhiani Muliana melalui akun TikTok-nya @vmuliana dalam periode Januari hingga Juni 2025. Di tengah perkembangan media sosial yang pesat, TikTok menjadi salah satu platform dominan dalam membentuk citra diri digital, terutama bagi generasi muda. Vina Muliana, sebagai salah satu content creator terkemuka di Indonesia, berhasil memanfaatkan media ini untuk membangun personal branding sebagai figur edukatif di bidang karier dan dunia kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi berdasarkan kerangka teori Authentic Personal Branding dari Hubert K. Rampersad. Untuk menjamin validitas data, digunakan metode Krippendorff dalam menentukan reliabilitas antar-coder. Data dikumpulkan dari 53 video yang diunggah akun @vmuliana selama enam bulan, yang kemudian dianalisis berdasarkan kemunculan unsur-unsur personal branding seperti keautentikan, integritas, relevansi, visibilitas, dan konsistensi pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Vina Muliana secara konsisten menampilkan konten edukatif yang membangun citra positif sebagai tokoh muda inspiratif. Keberhasilan branding-nya ditandai oleh penggunaan caption yang relevan, gaya komunikasi yang persuasif, serta penyampaian informasi yang praktis dan mudah dipahami. Selain itu, pemanfaatan fitur TikTok seperti tagar (#tipskerjavina) dan respon aktif terhadap komentar pengguna turut memperkuat interaksi dua arah dan meningkatkan visibilitas pesan. Dengan demikian, personal branding Vina Muliana terbukti kuat, terencana, dan berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian komunikasi digital, serta menjadi rujukan praktis bagi content creator dalam membangun citra diri di media sosial berbasis video pendek.

Kata Kunci: Personal Branding, TikTok, Konten Edukasi, Analisis Isi

ABSTRACT

This research aims to analyze the personal branding carried out by Vina Andhiani Muliana through her TikTok account @vmuliana during the period from January to June 2025. Amid the rapid growth of social media, TikTok has emerged as a dominant platform in shaping digital identity, particularly among the younger generation. Vina Muliana, as one of Indonesia's leading content creators, has successfully leveraged this platform to build a personal brand as an educational figure in career and professional development. This study employs a descriptive quantitative approach using the content analysis method, based on Hubert K. Rampersad's Authentic Personal Branding framework. To ensure data reliability, the Krippendorff method is applied for inter-coder agreement. Data were collected from 53 TikTok videos uploaded by @vmuliana within six months, then analyzed by identifying the presence of personal branding elements such as authenticity, integrity, relevance, visibility, and consistency. The findings reveal that Vina Muliana consistently presents educational content that strengthens her image as an inspiring young figure. Her branding success is reflected in the use of relevant captions, persuasive communication style, and delivery of practical, easy-to-understand information. Additionally, the strategic use of TikTok features—such as hashtags (#tipskerjavina) and active engagement with audience comments—enhances two-way interaction and message visibility. As a result, Vina Muliana's personal brand is proven to be strong, well-planned, and sustainable. This research is expected to contribute theoretically to the field of digital communication studies and serve as a practical reference for content creators aiming to build a personal brand through short video-based platforms.

Keywords: Personal Branding, TikTok, Educational Content, Content Analysis