

**PEMANFAATAN POSTINGAN VIDEO SEBAGAI  
*PERSONAL BRANDING* DI INSTAGRAM  
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA AKUN @agoyyoga20)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Bayu Kurniawan  
201610415221**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PEMANFAATAN POSTINGAN VIDEO SEBAGAI  
*PERSONAL BRANDING* DI INSTAGRAM (Studi  
Deskriptif Kualitatif Pada Akun @agoyyoga20)

Nama Mahasiswa : Bayu Kurniawan

Nomor Pokok Mahasiwa : 201610415221

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Januari 2023

Jakarta, 27 Januari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NIDN. 0311036501

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PEMANFAATAN POSTINGAN VIDEO SEBAGAI  
*PERSONAL BRANDING* DI INSTAGRAM (Studi  
Deskriptif Kualitatif Pada Akun @agoyyoga20)

Nama Mahasiswa : Bayu Kurniawan  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415221  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Januari 2023

Jakarta, 27 Januari 2023

### MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Muhamad Husni Mubarak, S.Pd., M.IKom .....  
NIDN 0414128601

Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM .....  
NIDN 0311036501

Sekretaris Penguji : Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si .....  
NIDN 0330089401

### MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan Bahwa :

Skripsi yang Berjudul

PEMANFAATAN POSTINGAN VIDEO SEBAGAI PERSONAL BRANDING DI INSTAGRAM ( Studi Deskriptif kualitatif pada akun @agoyyoga20 ).

Ini adalah benar-bener merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengundang materi yang di tulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan Skripsi ini di pinjam dan di gandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 27 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



Bayu Kurniawan

201610415221

## **ABSTRAK**

**BAYU KURNIAWAN, 201610415221, PEMANFAAT POSTINGAN VIDEO SEBAGAI PERSONAL BRANDING DI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @agoyyoga20).**

Yoga Samsul Fallah atau disebut Agoy mempunyai banyak Pengikutnya dan menyukai penampilan di setiap Postingan Foto dan video, Usianya yaitu 19 tahun. Memiliki Akun Instagram yaitu @agoyyoga20, adalah salah satu pengguna akun sosial media yang aktif dalam Instagram. Akun tersebut telah membuat konten pada foto dan video kemudian mengunggahnya di Instagram sebanyak 546 Postingan. Hasil penelitian Yaitu membentuk personal branding dengan menggunakan fitur pada Instagram. Bentuk Personal Branding Agoy Yoga melalui 8 konsep yaitu Spesialisasi: dalam setiap Postingan video pada di Instagram. sepertinya mempunyai prinsip sendiri. Mempunyai ciri khas Ide Membuat Postingan video Instagram. Kepemimpinan: membuat postingan video di Instagram dengan bikin sendiri dalam membuat kata-kata di postingan secara seponan, tidak membuat dengar teks melalui kertas. Kepribadian: pada postingan video di Instagram Cara berbicaranya juga tidak sesuai dengan pribadinya. Perbedaan : Agoy menunjukkan perbedaan dalam karakter dengan jiwa rasa percaya diri yang di tujukan setiap unggahan, untuk membangun suatu merek dengan konsep sendiri. Terlihat : Agoy selalu terlihat percaya diri ketika Berbicara melalui videonya. Kesatuan : Agoy mempunyai banyak Pengikut dan menyukai penampilan dalam setiap Postingan Foto maupun videonya, usia Agoy yaitu 19 tahun. Keteguhan: Agoy termasuk kriteria dari seseorang yang mengikuti perkembangan zaman untuk membentuk personal brandingnya dengan kreativitasnya memposting video melalui akun Instagram. Nama Baik: Agoy telah berusaha untuk membentuk Nama baiknya melalui Akun Instagram, Meskipun dalam setiap Postingan video di instagram, terdapat komentar dari Warganet dan Pengikut Instagramnya yang tidak baik Bahkan Menghina.

Kata kunci : Personal Branding, Instagram, Yoga Samsul Fallah, Posting Video



## ABSTRACT

BAYU KURNIAWAN, 201610415221, USE OF VIDEO POSTS AS PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM (Qualitative Descriptive Study on Account @agoyyoga20).

Yoga Samsul Fallah or called Agoy has many followers and likes to appear in every photo and video post, he is 19 years old. Has an Instagram account, namely @agoyyoga20, is one of the active users of social media accounts on Instagram. The account has created content on photos and videos and then uploaded them on Instagram as many as 546 Posts. The results of the research are forming personal branding by using features on Instagram. Forms of Personal Branding Agoy Yoga through 8 concepts, namely Specialization: in every video post on Instagram. Seems to have its own principles. Has the characteristics of the Idea of Making Instagram video posts. Leadership: create video posts on Instagram by making your own in spontaneously wording the post, not writing text through paper. Personality: in posting videos on Instagram, the way he talks is also not in accordance with his personality. Difference: Agoy shows the difference in character with the soul of confidence that is aimed at each upload, to build a brand with its own concept. Visible: Agoy always looks confident when talking through his videos. Unity: Agoy has many followers and likes the appearance in each of his photo and video posts, Agoy is 19 years old. Firmness: Agoy includes the criteria of someone who keeps up with the times to form his personal branding with his creativity in posting videos through his Instagram account. Good Name: Agoy has tried to form its good name through its Instagram account, although in every video post on Instagram, there are comments from Netizens and Instagram followers that are not good and even insulting.

Keywords: Personal Branding, Instagram, Yoga Samsul Fallah, Video Posting

## KATA PENGANTAR

Bismillah hirrahmanir Nirrahim. Puji dan syukur kepada ALLAH SWT, yang telah memberikan Rahmatnya dan Hidayah-nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik dan lancar yang berjudul **“PEMANFAAT POSTINGAN VIDEO SEBAGAI *PRESONAL BRANDING* DI INSTAGRAM ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @agoyyoga20 )”**. Yang ditulis untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi, Tidak lupa penulis ucapkan kepada orang tua, Bapak Muhrotim dan Ibu Supratmini yang tidak pernah putus memberikan dukungan do’a dan restunya.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu dan membimbing dari awal masa perkuliahan hingga saat penyusunan Skripsi. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
5. Bapak Immadudin, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dosen Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademik yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pelaksanaan penelitian penulis.

7. Teman-teman Fakultas ilmu komunikasi, yang telah memberikan bantuan serta dukungan selama penyusun Skripsi.
8. Muhammad Rifky Syafika, selaku teman tetangga penulis yang menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan Skripsi.
9. Bapak Drs. Agus Sri Danardana, M.Hum, selaku Ahli Bahasa yang menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan Skripsi.

Penulis juga menyadari bahwa di dalam pelaksanaan Penelitian maupun penyusunan Skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga laporan penulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Jakarta, 27 Januari 2023

Hormat saya



Bayu Kurniawan

201610415221





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	6
1.5.1 Kegunaan Praktisi .....	6

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kerangka Konsep.....	10
2.2.1 Media Sosial .....	10
2.2.2 <i>Personal Branding</i> .....	13
2.2.3 <i>Negatif Branding</i> .....	15
2.2.4 Instagram.....	16
2.2.5 Akun Instagram@agoyyoga20.....	19
2.2.6 Warganet .....	19
2.3 Kerangka Prmikiran .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Informan Penelitian.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	23
3.7 Keabsahan Data.....	24
3.8 Waktu Penelitian .....	28
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Deskriptif Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Objek Penelitian .....	29
4.1.2 Deskriptif Informan dan Kunci informan .....	32
4.2 Temuan Penelitian.....	35
4.2.1 Spesialisasi .....	37

4.2.2 Kepemimpinan .....	39
4.2.3 Kepribadian .....	40
4.2.4 Perbedaan .....	43
4.2.5 Terlihat .....	46
4.2.6 Kesatuan.....	49
4.2.7 Keteguhan .....	51
4.2.8 Nama baik .....	52
4.3 Pembahasan.....	56
4.3.1 Tampilan .....	57
4.3.2 <i>Branding</i> .....	59
4.3.3 Pengikut .....	61
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	66
5.2.1 Saran Bagi Selebgram Agoy Yoga .....	66
5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Penampilan akun Instagram @agoyyoga20 .....	26
Tabel 4.1 Informasi mengenai informan penelitian.....	32



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @agoyyoga20 .....	3
Gambar 2.1 Ikon Instagram (20 September 2011 – 11 Mei 2016) .....	18
Gambar 2.2 Ikon Instagram (11 Mei 2016 - sekarang) .....	18
Gambar 4.1 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	29
Gambar 4.2 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	30
Gambar 4.3 Komentar Warganet di Akun @agoyyoga20 .....	31
Gambar 4.4 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	36
Gambar 4.5 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	40
Gambar 4.6 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	44
Gambar 4.7 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	46
Gambar 4.8 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	49
Gambar 4.9 <a href="http://www.Instagram.com/agoyyoga20">www.Instagram.com/agoyyoga20</a> .....	53
Gambar 4.10 Akun Hack di Instagram Story @agoyyoga20 .....	62
Gambar 4.11 Akun Fake di Instagram Story @agoyyoga20.....	63



## DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka pemikiran olah peneliti.....	20
---	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4: Surat Keterangan wawancara

Lampiran 5 : Dokumen Wawancara

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

Lampiran 7 : Form Perbaikan

