

**Strategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam Membangun
Personal Branding Selebgram**

(Studi pada Akun Instagram @livingthebside)

SKRIPSI

Oleh :

Zelika Ananda Sri Utomo

201910415229



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam
Membangun *Personal Branding* Selebgram
(Studi pada Akun Instagram @livingthebside)

Nama Mahasiswa : Zelika Ananda Sri Utomo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415229

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 31 Januari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR

NIDN. 0312077903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam
Membangun *Personal Branding* Selebgram (Studi
pada Akun Instagram @livingthebside)

Nama Mahasiswa : Zelika Ananda Sri Utomo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415229

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 31 Januari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN

Ketua Penguji

: Dr. Dina Kristina, M.Si.

NIDN. 0313088106

Penguji

: Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR

NIDN. 0312077903

Sekretaris Penguji

: Fina Zahra, S.Sn. M.A

NIDN. 0309059203

MENYETUJUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

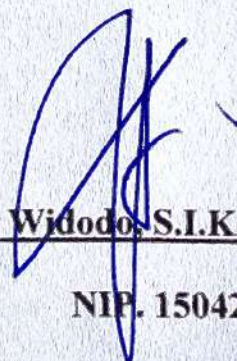


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP. 1504222

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Strategi Tata Kelola Akun Instagram dalam Membangun Personal Branding Selebgram (Studi Pada Akun Instagram @livingthebside)*. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis 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 dipinjam dan digandakan 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, 09 Februari 2023



Zelika Ananda Sri Utomo

201910415229

ABSTRAK

Zelika Ananda Sri Utomo. 201910415229. Strategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam Membangun *Personal Branding* Selebgram (Studi pada Akun Instagram @livingthebside).

Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk mendistribusikan informasi dalam bentuk visual (foto dan video) yang dikelola, diedit, dan dibagikan kepada pengguna lain dengan cepat dan mudah. Kehadiran Selebriti Instagram memicu fenomena pembentukan *personal branding* seseorang di media sosial khususnya Instagram. Seiring perkembangan teknologi, *Personal branding* lazim dilakukan oleh seseorang untuk membangun suatu *brand* pada dirinya. Dita Kusuma Puspitasari dengan sukses membangun *personal branding* di akun @livingthebside dan dikenal sebagai *influencer* di bidang *homedecor*, Dita dapat menjadi selebriti Instagram karena memiliki *branding* yang kuat sehingga dapat mempengaruhi para *followersnya* dan mendapatkan *engagement* yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan *personal branding* Dita Kusuma Puspitasari di Instagram dengan menjabarkan konsep Peter Montoya 1) *Specialization*, 2) *Leadership*, 3) *Personality*, 4) *Distinctiveness*, 5) *Visibility*, 6) *Unity*, 7) *Persistence*, 8) *Good will*.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, metode deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengolahan Data penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder, pengumpulan data tersebut melalui observasi pada akun Instagram @livingthebside, wawancara dengan para informan, dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah seorang selebriti Instagram yaitu Dita Kusuma Puspitasari mempresentasikan *brandingnya* dengan menerapkan faktor pembentuk *personal branding* yaitu Kompetensi, Gaya atau *lifestyle*, dan standar. Selain itu, Dita Kusuma Puspitasari membangun *personal branding* di iringi dengan 8 (delapan) *personal branding* yang dicetuskan oleh Peter Montoya.

Kata Kunci : *Personal branding*, Instagram, Selebriti Instagram

ABSTRACT

Zelika Ananda Sri Utomo. 201910415229. Strategy for Managing Instagram Accounts in Building Celebrity Personal Branding (Study on Instagram Account @livingthebside).

Instagram is a social media that is used to distribute information in visual form (photos and videos) that is managed, edited and shared with other users quickly and easily. The presence of Instagram celebrities triggers the phenomenon of forming one's personal branding on social media, especially Instagram. Along with the development of technology, personal branding is commonly done by someone to build a brand for themselves. Dita Kusuma Puspitasari has successfully built personal branding on the @livingthebside account and is known as an influencer in the home decor field, Dita can become an Instagram celebrity because she has strong branding so that she can influence her followers and get high engagement.

This study aims to find out how the process of forming Dita Kusuma Puspitasari's personal branding on Instagram by describing the concepts of Peter Montoya 1) Specialization, 2) Leadership), 3) Personality, 4) Distinctiveness, 5) Visibility, 6) Unity, 7) Persistence, 8) Good will.

This research uses a qualitative approach, descriptive method and uses a constructivism paradigm. Processing techniques The research data was divided into two, namely primary data and secondary data. The data was collected through observation on the @livingthebside Instagram account, interviews with informants, and documentation. The conclusion of this study is that an Instagram celebrity, Dita Kusuma Puspitasari, presented his branding by applying personal branding forming factors, namely competence, style or lifestyle, and standards. In addition, Dita Kusuma Puspitasari built personal branding accompanied by 8 (eight) personal brandings initiated by Peter Montoya.

Keywords: Personal branding, Instagram, Instagram celebrities

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kehadirat Tuhan yang Maha Esa Atas Berkat dan Rahmat-Nya, karena telah memberikan Hidayah dan menyelesaikan Skripsi dengan judul: **“Strategi Tata Kelola Akun Instagram dalam Membangun *Personal Branding* Selebgram (Studi Pada Akun Instagram @livingthebside)”**. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam program Strata-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Bekasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu tak lepas dari Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunianya dan kedua Orang Tua Peneliti yang telah memberikan Dukungan serta Doa. Tidak lupa atas Bantuan, arahan, masukan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik Peneliti
5. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR selaku Dosen Pembimbing Skripsi
6. Ibu Dita Kusuma Puspitasari, Bapak Anantama Putra, Nabilah Hanifah Putri, Ibu Dina Kusuma Perwitasari Selaku Informan Penelitian
7. Kepada teman-teman yang telah bersedia membantu peneliti, meluangkan waktunya di sela-sela kesibukan dan membantu peneliti dalam mendukung proses penyusunan. Tanpa bantuan kalian skripsi ini tidak akan selesai tepat pada waktunya.
8. Kepada seluruh teman-teman satu bimbingan yang telah membantu dan mendukung satu sama lain selama proses penyusunan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti tulis secara rinci satu per satu dan telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doinng all this hard work I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting I wanna thank me for always being a giver and tryna*

give more than I receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong I wanna thank me for just being me at all times.

Peneliti menyadari kekurangan dalam penyusunan skripsi, sehingga peneliti menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Agar hasil penyusunan skripsi mencapai kesempurnaan dan bisa menjadi referensi bagi pembaca khususnya untuk mahasiswa yang hendak melaksanakan skripsi. Demikian peneliti sampaikan. Semoga skripsi ini bermanfaat, peneliti mengucapkan terimakasih.

Jakarta, 09 Februari 2023



Zelika Ananda Sri Utomo

201910415229



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	15
1.3 Pertanyaan Masalah Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Literatur.....	17
2.1.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kerangka konsep.....	22
2.2.1 Komunikasi.....	22
2.2.2 Komunikasi Digital di Media Sosial	23
2.2.3 Instagram.....	24
2.2.4 Selebriti Instagram.....	29
2.3 Kerangka Teori	29
2.4 Kerangka Berpikir.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36

3.1	Paradigma Penelitian.....	36
3.1.1	Pendekatan Konstruktivisme	36
3.2	Pendekatan Penelitian	37
3.3	Jenis dan sumber data.....	38
3.4	Metode pengambilan data	38
3.4.1	Observasi.....	39
3.4.2	Wawancara	39
3.4.3	Dokumentasi.....	40
3.5	Karakteristik Informan	40
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.7	Teknik keabsahan data	45
3.8	Lokasi dan waktu penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Pengguna Instagram Livingthebside	48
4.1.2	Akun Instagram Livingthebside	53
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian.....	57
4.2.1	Informan Penelitian.....	57
4.3	Hasil Penelitian.....	60
4.3.1	Akun Instagram @livingthebside	60
4.3.2	Berkompetisi di Instagram	63
4.3.3	Pengaruh Akun Instagram @livingthebside.....	71
4.3.4	Pengelolaan Akun Instagram @livingthebside	73
4.4	Hasil Pembahasan	76
BAB V PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Data reportal penggunaan media sosial</i>	2
<i>Gambar 1. 2 Gaya Komunikasi @livingthebside</i>	8
<i>Gambar 1. 3 Engaged Audience @livingthebside</i>	9
<i>Gambar 1. 4 Profile Instagram @livingthebside</i>	9
<i>Gambar 1.5 Feeds Instagram @livingthebside</i>	10
<i>Gambar 1.6 Engagement rate @livingthebside</i>	11
<i>Gambar 1.7 Instagram story @livingthebside</i>	11
<i>Gambar 1. 8 @workcoffeIndonesia</i>	12
<i>Gambar 1.9 Insight Instagram story @livingthebside</i>	13
<i>Gambar 1. 10 Akun Instagram @makaquarters</i>	14
<i>Gambar 2. 1 Dimensi pembentuk personal branding</i>	31
<i>Gambar 4. 1 Profil Dita Kusuma Puspitasari</i>	48
<i>Gambar 4. 2 Postingan Instagram @livingthebside</i>	49
<i>Gambar 4. 3 Komentar Followers</i>	49
<i>Gambar 4. 4 Gaya Komunikasi @livingthebside</i>	50
<i>Gambar 4. 5 Desain rumah by @livingthebside</i>	51
<i>Gambar 4. 6 Work coffe Indonesia</i>	51
<i>Gambar 4. 7 rekomendasi produk</i>	52
<i>Gambar 4. 8 Engagement @livingthebside</i>	53
<i>Gambar 4. 9 Akun Instagram @livingthebside</i>	54
<i>Gambar 4. 10 Feeds Instagram @livingthebside</i>	55
<i>Gambar 4. 11 Bio Instagram @livingthebside</i>	55
<i>Gambar 4. 12 Rekomendasi Produk by @livingthebside</i>	56
<i>Gambar 4. 13 Proses launching Workcoffe Indonesia</i>	57
<i>Gambar 4. 14 DIY @livingthebside</i>	64
<i>Gambar 4. 15 Profil Instagram @makaquarters</i>	66
<i>Gambar 4. 16 Bio Instagram @makaquarters</i>	66
<i>Gambar 4. 17 Rekomendasi dekorasi rumah by @makaquarters</i>	68
<i>Gambar 4. 18 Fashion by @makaquarters</i>	69
<i>Gambar 4. 19 Feeds Travel by @makaquarters</i>	69
<i>Gambar 4. 20 Feeds Instagram @makaquarters</i>	71
<i>Gambar 4. 21 Engagement @livingthebside</i>	73
<i>Gambar 4. 22 Kompetensi Dita Kusuma Puspitasari</i>	74
<i>Gambar 4. 23 Penerapan Standar Dita Kusuma Puspitasari</i>	75
<i>Gambar 4. 24 profile Instagram @livingthebside</i>	79
<i>Gambar 4. 25 Konten Instagram @livingthebside</i>	80
<i>Gambar 4. 26 Following @livingthebside</i>	81
<i>Gambar 4. 27 Konten Instagram @livingthebside</i>	81
<i>Gambar 4. 28 Faktor Pembentukan Personal Branding</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 BIODATA MAHASISWA

LAMPIRAN 2 SURAT PENGANTAR PENELITIAN

LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN 4 REDUKSI DATA

LAMPIRAN 5 DOKUMENTASI PENELITIAN

LAMPIRAN 6 KARTU BIMBINGAN

LAMPIRAN 7 FORM PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 3 Kerangka pemikiran	34
Tabel 3. 1 Paradigma Penelitian	37
Tabel 3. 2 Informan Penelitian	41
Tabel 3. 3 Analisis Data	43
Tabel 3. 4 Penerapan triangulasi teknik	46
Tabel 4. 1 Informan Penelitian	57
Tabel 4. 2 <i>Personal Branding</i> Dita Kusuma Puspitasari	82

