

***PERSONAL BRANDING @DAFFASPEAKS MELALUI
INSTAGRAM MENGENAI PUBLIC SPEAKING***

SKRIPSI

Oleh :

Ananda Rizki Nur Afifah

201910415255



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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Personal Branding @daffaspeaks Melalui Instagram Mengenai Public Speaking*

Nama Mahasiswa : Ananda Rizki Nur Afifah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415255

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/IlmuKomunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

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

NIDN. 0312077903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Personal Branding @daffaspeaks Melalui Instagram*
Mengenai *Public Speaking*
Nama Mahasiswa : Ananda Rizki Nur Afifah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415255
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : **Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom**

NIDN. 0322038901

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

NIDN. 0312077903

Sekretaris Penguji : **Tri Alida Apriliana, S.IP, M.I.Kom.**

NIDN. 0322048204

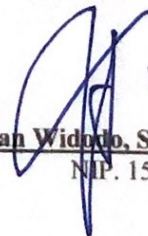
MENGETAHUI,

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 “*PERSONAL BRANDING @DAFFASPEAKS MELALUI INSTAGRAM MENGENAI PUBLIC SPEAKING*” 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 dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ini sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi 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, 01 Agustus 2023

Yan taan,



Ananda Rizki Nur Afifah

201910415255

ABSTRAK

Ananda Rizki Nur Afifah 201910415255, *Personal Branding @daffaspeaks Melalui Instagram Mengenai Public Speaking.*

Kehadiran *content creator* 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. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan *personal branding* Teuku Daffa di Instagram dengan menjabarkan kriteria *authentic personal branding* Hubert K. Rampersad 1) Keautentikan, 2) Integritas, 3) Konsistensi, 4) Spesialisasi, 5) Kepemimpinan, 6) Keberbedaan, 7) Relevan, 8) Visibilitas, 9) Persistensi, 10) Goodwill, 11) Kinerja. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, metode deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data meliputi observasi pada akun instagram @daffaspeaks, wawancara dengan para informan, dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *personal branding @daffaspeaks* melalui instagram mengenai *public speaking*, secara keseluruhan Teuku Daffa mengelola akun Instagram @daffaspeaks dan menerapkan *personal branding*-nya dengan faktor pembentuk *personal branding*.

Kata kunci: *Personal Branding, Instagram, Content Creator, Public Speaking, Teori Authentic Personal Branding.*

ABSTRACT

Ananda Rizki Nur Afifah 201910415255, Personal Branding @daffaspeaks via Instagram Regarding Public Speaking.

The presence of Instagram content creators 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. Based on this background, this study aims to find out how the process of forming Teuku Daffa's personal branding on Instagram by describing Hubert K. Rampersad's authentic personal branding criteria 1) Authenticity, 2) Integrity, 3) Consistency, 4) Specialization, 5) Excellence, 6) Distinction, 7) Relevance, 8) Visibility, 9) Persistence, 10) Goodwill, 11) Performance. This research uses a qualitative approach, descriptive method and uses a constructivism paradigm. Data collection techniques include observations on the @daffaspeaks Instagram account, interviews with informants, and documentation. The conclusion of this study is personal branding @daffaspeaks through Instagram regarding public speaking, overall Teuku Daffa manages the Instagram account @daffaspeaks and implements his personal branding with personal branding forming factors.

Keywords: Personal Branding, Instagram, Content Creator, Public Speaking, Authentic Personal Branding Theory.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penulisan skripsi ini menjadi salah satu tugas akhir dan menjadi syarat wajib untuk mendapatkan nilai di mata kuliah Skripsi. Skripsi ini merupakan sebagian dari penelitian yang sudah peneliti buat dengan mengaplikasikan teori yang sudah peneliti dapatkan selama observasi pra-riset. Skripsi yang peneliti susun ini berjudul Personal Branding @daffaspeaks Melalui Instagram Mengenai Public Speaking. Dengan mengerjakan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan juga ucapan terima kasih kepada kedua orangtua saya, Ibu Lasmiati dan Bapak Jayadi, serta orang-orang yang telah memberikan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. 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 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.IP., M.IR selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya Skripsi ini.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu terkait perkuliahan selama ini.
6. Untuk Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmu dari semester satu sampai dengan saat ini.
7. Teuku Daffa dan tim nya yang sudah bersedia meluangkan waktu selaku Narasumber kunci pada penelitian ini.
8. Ayu Dhaning Lestari, Lisdayanti Oktiana, dan Susanti Haryani selaku support sistem yang telah menemani dalam proses Skripsi.
9. Untuk seluruh keluarga tentu juga orang tersayang yang selalu memberikan dukungan dan do'a demi kelancaran penyusunan Skripsi ini.

Penulis berharap Skripsi ini dapat berguna untuk siapapun, namun dibalik itu semua pasti masih terdapat beberapa kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, maka dari itu

kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan supaya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lebih baik lagi.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Penulis,

Ananda Rizki Nur Afifah



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kerangka Konsep	18
2.2.1 Media Sosial	18
2.2.2 <i>Content Creator</i> Edukasi <i>Public Speaking</i>	23
2.2.3 Personal Branding <i>Content Creator</i> Edukasi <i>Public Speaking</i>	25
2.3 Kerangka Teori.....	27
2.4 Kerangka Berpikir	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Jenis Penelitian	35
3.4 Subyek Penelitian	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	42
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
3.8.1 Lokasi Penelitian	43
3.8.2 Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Profil Teuku Daffa Sebagai Objek Penelitian	45
4.1.2 <i>Personal Branding</i> Yang Ingin Dibentuk Melalui Akun @daffaspeaks.....	47
4.1.3 Proses Pembentukan <i>Personal Branding Content Creator Public Speaking</i> Pada Akun @daffaspeaks.....	48
4.1.4 <i>Personal Branding Content Creator Public Speaking</i>	66
4.2 Hasil Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Schedule Konten @daffaspeaks.....	51
Tabel 4.2 Analisis Personal Branding.....	66
Tabel 4.3 Personal Branding Teuku Daffa.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Reportal Penggunaan Media Sosial	1
Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram @daffaspeaks	9
Gambar 4. 1 Teuku Daffa	45
Gambar 4. 2 Instagram @daffaspeaks	49
Gambar 4. 3 Strategi Call to Action.....	50
Gambar 4. 4 Konten @daffaspeaks	55
Gambar 4. 5 Feeds Instagram @daffaspeaks	58
Gambar 4. 6 Instagram Story @daffaspeaks.....	59
Gambar 4. 7 Tampilan Reels @daffaspeaks	60
Gambar 4. 8 Instagram Live @daffaspeaks.....	61
Gambar 4. 9 Konten Review @daffaspeaks	63
Gambar 4. 10 Konten Interaktif @daffaspeaks.....	64
Gambar 4. 11 Konten Edukasi @daffaspeaks.....	65
Gambar 4. 12 Keautentikan	73
Gambar 4. 13 Integritas Konten Interaktif @daffaspeaks.....	74
Gambar 4. 14 Public Speaking Challenge @daffaspeaks	75
Gambar 4. 15 Konsistensi	76
Gambar 4. 16 Spesialisasi @daffaspeaks.....	77
Gambar 4. 17 Kepemimpinan @daffaspeaks.....	78
Gambar 4. 18 Perbedaan @daffaspeaks.....	79
Gambar 4. 19 Relevan @daffaspeaks	81
Gambar 4. 20 Kerjasama Aplikasi	82
Gambar 4. 21 Menjadi Pembicara.....	83
Gambar 4. 22 Saluran Instagram @daffaspeaks	83
Gambar 4. 23 Persistensi @daffaspeaks	84
Gambar 4. 24 Goodwill @daffaspeaks	85
Gambar 4. 25 Kelas Public Speaking.....	86
Gambar 4. 26 Sorotan @daffaspeaks.....	93

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Bagan 3.1 Analisis Data.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Surat Pengantar dan Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 : Draft Pertanyaan Wawancara dan Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 : Reduksi Data
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 : Form Perbaikan

