

***PERSONAL BRANDING SELEBGRAM ABEL CANTIKA DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM***

SKRIPSI

Oleh :

Auliani Bismi

201710415094



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Personal Branding* Selebgram Abel Cantika di
Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Auliani Bismi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415094

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

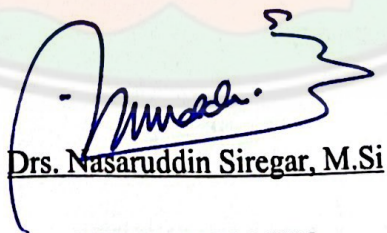
Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2023



Jakarta, 18 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing


Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN 0328056508

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Personal Branding Selebgram Abel Cantika di
Media Sosial Instagram*

Nama Mahasiswa : Auliani Bismi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415094

Program Studi /Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2023

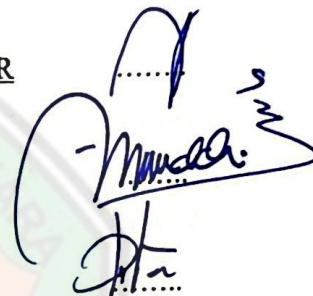
Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR
NIDN. 0312077903


Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si
NIDN. 0328056508

Sekretaris Penguji : Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIDN. 0327119701

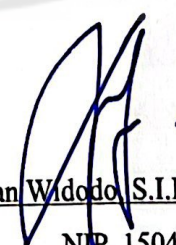


Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Sii
NIP. 2109527



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul *Personal Branding Selebgram Abel Cantika di Media Sosial Instagram* merupakan hasil karya dan tulisan saya sendiri tanpa mengandung materi yang sudah ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan yang saya jadikan sebagai rujukan atau referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dilain hari kemudian telah ditemukan adanya kecurangan dalam penelitian yang saya tulis ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang telah berlaku.

Kemudian saya mengizinkan skripsi ini digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan juga dapat dipublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui laman portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Auliani Bismi

201710415094

ABSTRAK

Auliani Bismi. 201710415094. *Personal Branding* Selebgram Abel Cantika di Media Sosial Instagram

Penelitian ini difokuskan pada proses pembentukan personal branding Abel Cantika di media sosial Instagram. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan oleh Abel Cantika dalam membangun personal branding di platform tersebut. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali lebih lanjut fenomena personal branding pada selebgram ini. Data penelitian dikumpulkan melalui tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati konten-konten yang diposting oleh Abel Cantika di akun Instagramnya, serta interaksi pengikutnya dengan konten tersebut. Wawancara dilakukan dengan Abel Cantika sebagai subjek utama, serta dengan manajer dan followers lama untuk memperoleh pandangan yang berbeda terhadap personal brandingnya. Data dokumentasi berupa konten-konten yang telah diposting oleh Abel Cantika di Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Abel Cantika berhasil membangun personal branding yang kuat sebagai seorang *beauty influencer*. Konten-konten makeup dan kecantikannya telah menciptakan citra diri yang positif dan meyakinkan di mata pengikutnya. Manajer Abel Cantika memainkan peran penting dalam mendukung dan mempengaruhi personal brandingnya dengan merencanakan konten yang relevan dan menarik. Selain itu, followers lama Abel Cantika memberikan perspektif tambahan tentang bagaimana personal brandingnya mempengaruhi persepsi dan interaksi dengan pengikutnya

Kata Kunci : *Personal Branding*, Selebgram, Abel Cantika, Instagram, Media Sosial.

ABSTRACT

Auliani Bismi, 201710415094. *Personal Branding Of Selebgram Abel Cantika On Social Media Platform Instagram*

This research focuses on the process of forming Abel Cantika's personal branding on the social media platform Instagram. The research aims to understand the steps taken by Abel Cantika in building her personal branding on the platform. A qualitative approach is used to further explore the phenomenon of personal branding in this influencer. Data for the research is collected through three methods: observation, interviews, and documentation. Observation involves analyzing the contents posted by Abel Cantika on her Instagram account, as well as interactions with her followers regarding these contents. Interviews are conducted with Abel Cantika as the main subject, along with her manager and long-time followers to gain diverse perspectives on her personal branding. The documentation comprises the contents posted by Abel Cantika on Instagram.

The research findings reveal that Abel Cantika has successfully established a strong personal branding as a beauty influencer. Her makeup and beauty-related contents have created a positive and convincing self-image among her followers. The role of her manager is crucial in supporting and influencing her personal branding by planning relevant and captivating contents. Furthermore, feedback from long-time followers of Abel Cantika provides additional insights into how her personal branding affects perceptions and interactions with her followers.

Keywords : *Personal Branding, Selebgram, Abel Cantika, Instagram, Social Media.*

DAFTAR ISI

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 LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Pertanyaan Masalah Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Literatur.....	14
2.2 Kerangka Konsep.....	23
2.2.1 <i>Personal branding</i>	23
2.2.2 Instagram.....	27
2.2.3 Selebriti Instagram	30
2.3 Kerangka Teori	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III	39
METODOLOGI PENELITIAN	39

3.1	Paradigma Penelitian.....	39
3.2	Pendekatan Penelitian.....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengambilan Data	43
3.4.1	Observasi.....	43
3.4.2	Wawancara.....	44
3.4.3	Dokumentasi.....	45
3.5	Karakteristik Informan	46
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	49
	BAB IV	51
	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1.	Profil Abel Cantika.....	51
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian.....	60
4.3	Hasil Penelitian.....	64
4.3.1	Akun Instagram @abellyc dalam membangun <i>Personal Branding</i>	64
4.3.2	Pengaruh Akun Instagram @abellyc.....	69
4.4	Pembahasan.....	71
	BAB V	88
	PENUTUP.....	88
5.1	Simpulan.....	88
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Saran Akademis.....	89
5.2.2	Saran Akademis.....	89
	DAFTAR PUSTAKA.....	90
	LAMPIRAN	95

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan nikmat-Nya, sehingga penulis telah selesai menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Personal Branding Selebgram Abel Cantika di Media Sosial Instagram”** adanya tujuan dari penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan S1 dengan program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak - banyaknya kepada pihak yang telah terlibat sekaligus dapat memberikan dukungan terhadap penulis. Terutama kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat secara jasmani dan rohani serta memberikan petunjuk. Sekaligus rasa syukur yang tidak ada habisnya penulis panjatkan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kemudian kepada kedua orang tua, terimakasih almarhumah Ibu Darlina dan Bapak Ruswandi yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa tiada henti. Serta adik Baluqia dan Baihaqi yang sudah memberikan dukungan, semangat, perhatian dan doa. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih 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.
4. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar., M.Si, selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing penulis serta memberi arahan dan saran sejak dari awal pembuatan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen - dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang sudah mengajarkan banyak hal dan memberikan saran selama proses pembuatan skripsi berlangsung.

6. Pasangan dan teman hidup terbaik Aditya Aji Asmoro, yang sudah memberikan doa, dukungan, semangat dan membantu penulis dalam proses penulisan skripsi.
7. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada, Ricka, Hayun, Luthfi, Dian, Meli, Anting, Astria, Husnul atas pemberian semangat kepada penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta membantu dalam proses penulisan.
8. Terimakasih kepada seluruh rekan kantor saya yang sudah memberikan doa, dan semangat untuk membangun mood.

Akhir kata penulis ucapkan sekali lagi terimakasih sebesar-besarnya terhadap pihak yang terlibat, dibalik itu semua tentunya dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak, agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Jakarta, 28 Juli 2023



Auliani Bismi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Paling Aktif.....	4
Gambar 1.2 Gaya Komunikasi	6
Gambar 1.3 Engaged Rate @abellyc.....	7
Gambar 1.4 Profil akun Instagram @abellyc	8
Gambar 1.5 Feeds akun Instagram @abellyc	9
Gambar 1.6 Instagram Stories akun Instagram @abellyc	10
Gambar 1.7 Engagement Rate akun Instagram @abellyc	11
Gambar 4.1 Abel Cantika.....	52
Gambar 4.2 Akun Instagram @abellyc	53
Gambar 4.3 Postingan Akun @abellyc mengenai fashion dan kecantikan	54
Gambar 4.4 Komentar dari pengikut akun @abellyc	55
Gambar 4.5 Cara berkomunikasi akun @abellyc	56
Gambar 4.6 Kolaborasi akun Instagram @abellyc dengan selebriti Instagram lain.....	56
Gambar 4.7 Akun Instagram @abellyc	57
Gambar 4.8 Feed Akun Instagram @abellyc	58
Gambar 4.9 Reels Akun Instagram @abellyc	60
Gambar 4.10 Abel Cantika	62
Gambar 4.11 Profil Instagarm @abellyc	74
Gambar 4.12 <i>Direct Message</i> Follower dengan Instagram @abellyc	75
Gambar 4.13 Komentar Postingan @abellyc	77
Gambar 4.14 Reels @abellyc dan Review Product oleh Abel Cantika.....	78
Gambar 4.15 <i>Highlight</i> Abel Cantika dalam Feed Ignya	79
Gambar 4.16 DM dan Postingan Komentar di Instagram @abellyc	80
Gambar 4.17 Postingan Komentar Pengguna Instagram di akun @abellyc	81
Gambar 4.18 Abel Cantika Bersama Dengan Influencer Terkenal Indonesia dan Beberapa Model.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	47
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	61
Tabel 4.2 Pemaknaan Aktivitas Selebgram untuk Personal Branding.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	:	Biodata Mahasiswa
Lampiran II	:	Dokumentasi
Lampiran III	:	Transkrip
Lampiran IV	:	Kartu Bimbingan
Lampiran V	:	Form Perbaikan

