PERSONAL BRANDING MELALUI KONTEN *REVIEW* PRODUK SKINCARE PADA AKUN TIKTOK @dr.okypratamaa_kedua

SKRIPSI

Oleh:

Adilah Agustin

202110415192

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

PERSONAL BRANDING MELALUI KONTEN *REVIEW* PRODUK SKINCARE PADA AKUN TIKTOK @dr.okypratamaa_kedua

SKRIPSI

Oleh:

Adilah Agustin

202110415192

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

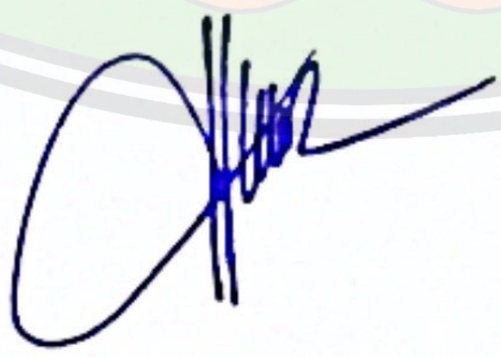
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: *Personal Branding* Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* Pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua
Nama Mahasiswa	: Adilah Agustin
Nomor Pokok Mahasiswa	202110415192
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0302069106

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: *Personal Branding* Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* Pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua
Nama Mahasiswa	: Adilah Agustin
Nomor Pokok Mahasiswa	202110415192
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Sidang Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Dina Kristina, M.Si NIDN. 0313088106	.....
Penguji	: Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0302069106	.....
Sekretaris Penguji	: Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0329068301	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed.,Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul ***Personal Branding*** **Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* Pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua** ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sansksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui perpustakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinnya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Adilah Agustin

202110415192

ABSTRAK

Adilah Agustin, 202110415192, Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, *Personal Branding* Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk *personal branding* dr. Oky Pratama yang menampilkan konten *review skincare* melalui akun media sosial TikTok @dr.okypratama a_kedua. Penelitian ini menggunakan pendekatan deksriptif kualitatif dengan metode analisis isi konten TikTok @dr.okypratamaa_kedua. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi terhadap 12 konten unggahan dari akun @dr,okypratamaa_kedua yang diambil dalam kurun waktu Oktober hingga Desember 2024. Analisis dilakukan dengan menggunakan delapan konsep *personal branding* menurut Peter Montoya, yaitu spesialisasi, kepemimpnan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, ketekunan, dan nama baik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dr. Oky Pratama menampilkan sebagian besar konsep tersebut dalam kontennya. Konten edukatif yang disertai hasil uji laboratorium menjadi ciri khas dalam membangun citra dirinya sebagai dokter estetika yang kompeten dan terpercaya. Dengan gaya penyampaian yang santai dan mudah dipahami, *personal branding* yang dibangun menjadi lebih autentik, konsisten, dan relevan dengn target audiensnya di TikTok.

Kata Kunci: *Personal branding, Review Skincare,* TikTok, Dr. Oky Pratama

ABSTRACT

Adilah Agustin, 202110415192, *Communication Science, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Personal Branding Through Skincare Product Review Content on TikTok Account @dr.okypratamaa_kedua.*

This research aims to determine the personal branding of Dr. Oky Pratama, who showcases skincare review content through the TikTok social media account @dr.okypratamaa_kedua. This study employs a qualitative descriptive approach with content analysis methods on the TikTok account @dr.okypratamaa_kedua. Data were collected through observation and documentation of 12 content posts from the account @dr.okypratamaa_kedua, taken from October to December 2024. Analysis was conducted using eight personal branding concepts according to Peter Montoya, which are specialization, leadership, personality, differentiation, visibility, unity, perseverance, and reputation. The results of this study indicate that Dr. Oky Pratama displays most of these concepts in his content. Educational content accompanied by laboratory test results is a hallmark in building his image as a competent and trustworthy aesthetic doctor. With a relaxed and easily understandable delivery style, the personal branding built becomes more authentic, consistent, and relevant to its target audience on TikTok.

Keywords: *Personal branding, Skincare, Review, TikTok, Dr. Oky Pratama*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul "*Personal Branding* Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* Pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ayah penulis, Abdullah, dan ibu penulis, Indah Mariyani, atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Serta penulis ingin mengucapkan pula rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC)., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan arahan, masukan, krirtik, dukungan dan ilmu yang baru, serta telah bersedia meluangkan waktunya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Sigit Surahman, S.Sn., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan bimbingan, arahan, saran, dukungan, motivasi, dan kritikan dengan ketulusan dan kesabaran selama proses perkuliahan berlangsung dari semester 1- sekarang di Fakultas Ilmu Komunikasi.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak ilmu-ilmunya kepada penulis, serta kepada seluruh staf akademik yang berperan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua adik saya Muhammad Farhan dan Syarif Maliki Akbar yang terkasih dan tersayang yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan karena kalianlah saya lebih semangat untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Kepada teman kuliah penulis yang telah berjuang bersama dari awal perkuliahan, Aliya Asri Febrilia, Marini, Widya Agustin Nurcahyaningrum, Wanda Mutiah, dan Vanessa Fedora Tumbelaka. Terima kasih telah melewati banyak lika-liku bersama penulis, mulai dari perkuliahan, magang, kkn, hingga skripsi bersama. Berkat kalian, disetiap tahap perjalanan ini memberikan dukungan dan semangat yang sangat berarti.
9. Kepada Berliana Putri Debora, Laura Vauzini, dan Olivia Gracia selaku sahabat sejak SMA penulis yang menjadi tempat berbagi cerita dan dukungan dalam masa penulisan tugas akhir penulis.
10. Kepada Rizka Aulia Nurdin, Fadhilah, dan Dhinda selaku teman satu bimbingan yang telah menjadi rekan diskusi, serta saling memberikan dukungan dan semangat sepanjang proses penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
11. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, ataupun dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

12. *Last but not least.* Terimakasih untuk diri saya sendiri, Adilah Agustin. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis menyadari, skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga masukan-masukan dari pembaca sangat bermanfaat demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembangunan, khususnya pengembangan ilmu di bidang komunikasi.

Jakarta, 01 Agustus 2025

Penulis



Adilah Agustin

202110415192

Dipindai dengan CamScanner

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

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 ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Pertanyaan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.5.1 Manfaat Teoritis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Kerangka Konseptual 16
2.2.1 Komunikasi Digital 16
2.2.2 *Personal Branding* 20
2.2.3 Konten 24
2.2.4 *Review* 25

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.5 *Skincare* 26
2.2.6 Media Sosial TikTok 27
2.2.7 Edukasi Kecantikan 30
2.3 Kerangka Berpikir 33
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Pendekatan Penelitian 34
3.2 Desain Penelitian 35
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 35
3.4 Teknik Pengumpulan Data 36
3.5 Unit Analisis Data 38
3.6 Teknik Analisis Data 43
3.7 Teknik Keabsahan Data 44
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian 46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 47
4.1 Gambaran Umum 47
4.2 Hasil Penelitian 51
4.3 Pembahasan 85
BAB V PENUTUP 100
5.1 Kesimpulan 100
5.2 Saran 100
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Akun TikTok Dokter Estetika 4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir 33
Tabel 3.1 Unit Analisis Data 38
Tabel 3.2 Waktu dan Jadwal Kegiatan Penelitian 46
Tabel 4.1 Periode Konten dan Jumlah Unggahan 51
Tabel 4.2 Tabel Konsep Milik Peter Montoya 84

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet dan Media Sosia di Indonesia Tahun 2024 1
Gambar 1. 2 10 Negara Pengguna TikTok Terbesar Tahun 2024 2
Gambar 1. 3 Akun TikTok Dr. Oky Pratama 6
Gambar 4. 1 Dr. Oky Pratama 47
Gambar 4. 2 Profile Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua 49
Gambar 4. 3 Konten *Review* NRL *Skincare* 53
Gambar 4. 4 Hasil Uji Lab Produk NRL *Skincare* 55
Gambar 4. 5 Konten *Review* Maxie *Skincare* 56
Gambar 4. 6 Hasil Uji Lab Maxie *Skincare* 58
Gambar 4. 7 Konten *Review* Mira Hayati Cosmetics 59
Gambar 4. 8 Hasil Uji Lab Mira Hayati Cosmetics 61
Gambar 4. 9 Konten *Review* Tabita 62
Gambar 4. 10 Konten *Review* D'Sars 64
Gambar 4. 11 Hasil Uji Lab D'Sars 66
Gambar 4. 12 Konten *Review* Zam-Zam *Whitening* Cream 67
Gambar 4. 13 Hasil Uji Lab Zam-Zam *Whitening* Cream 69
Gambar 4. 14 Konten *Review* HB Dubai 70
Gambar 4. 15 Konten *Review* Mami Sultan *Skincare* 72
Gambar 4. 16 Konten *Review* Temulawak 74
Gambar 4. 17 Konten *Review* Albino *Skincare* dan Handbody 76
Gambar 4. 18 Konten *Review* LS *Skincare* 78
Gambar 4. 19 Hasil Uji Lab Ls *Skincare* 80
Gambar 4. 20 Video Konten *Review My Glow* 81
Gambar 4. 21 Hasil Uji Lab *My Glow* 83
Gambar 4. 22 Tampilan Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua 88
Gambar 4. 23 Komentar dari Audiens 91
Gambar 4. 24 Seminar Melanin Matters Freedom 95
Gambar 4. 25 Dr. Oky Pratama Disomasi Oleh Heni Sagara 96
Gambar 4. 26 Reza Gladys Meyebut Nama Dr.Oky Pratama 97
Gambar 4. 27 Komentar dari Audiens 98

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN 2 : Lampiran Observasi

LAMPIRAN 3 : Transkrip Isi Konten

LAMPIRAN 4 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 5 : Lampiran Perbaikan

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025