STRATEGI *PERSONAL BRANDING* @vmuliana SEBAGAI *INFLUENCER PUBLIC SPEAKING* DI TIKTOK

SKRIPSI

Oleh :

Monica Patricia

202110415410

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* @vmuliana SEBAGAI *INFLUENCER PUBLIC SPEAKING* DI TIKTOK

SKRIPSI

Oleh :

Monica Patricia

202110415410

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: STRATEGI *PERSONAL BRANDING* @VMULIANA SEBAGAI *INFLUENCER PUBLIC SPEAKING* DI TIKTOK
Nama Mahasiswa	: Monica Patricia
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415410
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0318087603

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi *Personal Branding* @vmuliana Sebagai *Influencer Public Speaking* Di TikTok
Nama Mahasiswa	: Monica Patricia
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415410
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Dina Kristina, M.Si NIDN. 0313088106	.....
Penguji	: Dr. Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0318087603	.....
Sekretaris Penguji	: Prasojo, S.Sos., M.Si NIDN. 0309108405	.....

MENGETAHUI,

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

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi *Personal Branding* @vmuliana Sebagai *Influencer Public Speaking* di TikTok** 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 ilmiah.

Apabila 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 di foto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam benuk digital dan mempubliskasikannya melalui interne selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Monica Patricia

202110415410

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRACT

Monica Patricia. 202110415410. *Personal Branding Strategy of @vmuliana as a Public Speaking Influencer on TikTok.*

This study aims to analyze the personal branding strategy implemented by Vina Muliana (@vmuliana) as a public speaking influencer on the TikTok platform. In the increasingly digital era, TikTok has become an effective medium for delivering educational content, especially in developing public speaking skills and career preparation. Vina Muliana utilizes this platform to build a strong personal image through informative and relevant content, particularly for job seekers.

This research employs a qualitative method with a netnographic approach. Data were collected through content observation on TikTok and interviews with five followers of the @vmuliana account. The analysis is based on Peter Montoya's theory of personal branding, which consists of eight principles: specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill. The results show that @vmuliana consistently builds a strong personal brand through an educational approach, a relaxed yet professional communication style, and active engagement with her audience. This strategy not only strengthens her image as a public speaking expert but also has a positive influence on improving the self-confidence and communication skills of her followers.

Keywords: *Personal Branding, Public Speaking, Influencer,* Vina Muliana, TikTok

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Monica Patricia. 202110415410. Strategi *Personal Branding* @vmuliana sebagai *Influencer Public Speaking* di TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Vina Muliana (@vmuliana) sebagai *influencer public speaking* di platform TikTok. Di era digital yang semakin berkembang, TikTok menjadi media yang efektif dalam menyampaikan konten edukatif, termasuk dalam pengembangan keterampilan *public speaking* dan persiapan karier. Vina Muliana memanfaatkan media sosial tersebut untuk membangun citra diri yang kuat melalui konten-konten yang informatif dan relevan, khususnya bagi pencari kerja.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Data dikumpulkan melalui observasi konten TikTok dan wawancara dengan lima pengikut akun @vmuliana. Analisis dilakukan berdasarkan teori *personal branding* Peter Montoya, yang terdiri dari delapan prinsip: spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @vmuliana secara konsisten membangun personal branding yang kuat melalui pendekatan edukatif, gaya komunikasi yang santai namun profesional, serta keterlibatan aktif dengan audiens. Strategi ini tidak hanya memperkuat citra dirinya sebagai ahli dalam *public speaking*, tetapi juga memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi para pengikutnya.

Kata Kunci: *Personal Branding*, *Public Speaking*, *Influencer*, Vina Muliana, TikTok.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Strategi *Personal Branding* @vmuliana Sebagai *Influencer Public Speaking* di TikTok" tepat waktunya. Dengan mengerjakan penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan juga ucapan terima kasih kepada orang tua saya, Bapak Burhannudin dan Ibu Rismawati, 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 Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) 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 Dr. Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya Skripsi ini.
5. Bapak Pagi Muhammad, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu terkait perkuliahan selama ini.
6. Untuk Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dari semester satu sampai dengan saat ini.
7. Kepada Abang saya yaitu Ericson Junarto, Risdyanto, dan Verry Rinaldy tersayang saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam setiap proses studi dan penyelesaian skripsi ini. Kak Nadia dan Kak Agnes adalah kakak ipar yang juga selalu membantu saya selama perkuliahan ini,

memberikan semangat dan dukungan doa dalam melakukan pencapaian skripsi ini.

8. Kepada sahabat saya yaitu Jaehyun, Mark Lee, Chanyeol dan Jeno yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi penulis serta memberikan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dorongan, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Penulis berharap Skripsi ini dapat berguna untuk siapapun, namn dibalik itu semua pasti masih terdapat beberapa kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan waktu yang telah diluangkan untuk membaca skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis,

Monica Patricia

Strategi Personal.., Monica Patricia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **vi**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR BAGAN ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 8

1.3 Pertanyaan Penelitian 8

1.4 Tujuan Penelitian 8

1.5 Manfaat Penelitian 8

1.5.1. Manfaat Teoritis 8

1.5.2. Manfaat Praktis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**

2.1 Penelitian Terdahulu 10

Strategi Personal.., Monica Patricia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2 Tinjauan Konseptual..... 15

2.2.1 Media *Online*.....15

2.2.2 TikTok.....16

2.2.3 *Personal Branding*.....16

2.2.4 *Content Creator* 19

2.2.5 *Influencer* 20

2.2.5 *Public Speaking* 22

2.2.6 Teori *Personal Branding*.....22

2.3 Tinjauan Teoritis 23

2.4 Kerangka Berfikir.....25

BAB III METODE PENELITIAN.....27

3.1 Jenis Penelitian.....27

3.2 Metode Penelitian.....27

3.3 Informan Penelitian 28

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....29

3.5 Teknik Analisis Data 30

3.6 Triangulasi Data 31

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... ….34

4.1 Gambaran Umum ..... ….34

1. Profil Vina Muliana ..... ….34
2. Profil Akun Tiktok Vina Muliana (@vmuliana) ..... ….36

4.2 Hasil dan Pembahasan ..... ….40

1. Spesialisasi (*The Law Of Specializition)* 45
2. Kepimpinan (*The Law Of Leadership* 49
3. Kepribadian (*The Law Of Personality*)..... ….50
4. Perbedaan (*The Law Of Distinctiveness*) ..... ….51
5. Terlihat (*The Law Of Visibility*) ..... ….52
6. Kesatuan (*The Law Of Unity*)..... ….53
7. Keteguhan (*The Law Of Peristence*) ..... ….53
8. Nama Baik (*The Law Of Goodwill*)..... ….55

BAB V PENUTUP ..... ….57

5.1 Kesimpulan ..... ….57

5.2 Saran ..... ….58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Strategi Personal.., Monica Patricia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

2.1. Penelitian Terdahulu 10

3.3. Informan Penelitian 27

3.7. Waktu Penelitian 31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Penggunaan Internet Tahun 2023 2

Gambar 1.2. *Profile* Akun TikTok Vina Muliana 3

Gambar 4.1 Vina Muliana 32

Gambar 4.2 Vina Muliana Menjadi Pemenang Abang None DKI Jakarta 2014 33

Gambar 4.3 Penghargaan yang Diraih Vina Muliana 34

Gambar 4.4 Unggahan Video Pertama Akun @vmuliana 35

Gambar 4.5 Akun TikTok @vmuliana Terverifikasi 36

Gambar 4.6 Kelas *Online* oleh Vina Muliana 37

Gambar 4.7 Konten Video TikTok @vmuliana 44

Gambar 4.8 Konten Video TikTok @Vinamuliana 44

Gambar 4.9 Konten Video TikTok @Vinamuliana 45

Gamabr 4.10 Konten Video TikTok @Vinamuiana 45

Gambar 4.11 Konten Video TikTok @Vinamuiana 46

Gambar 4.12 Konten Video TikTok @Vinamuiana 46

Gamabr 4.13 Konten Video TikTok @Vinamuiana 49

Gambar 4.14 Konten Video TikTok @Vinamuiana 50

Gambar 4.15 Konten Video TikTok @Vinamuiana 51

Gambar 4.16 *Screenshot* Komentar Positif pada Akun TikTok @vmuliana 53

DAFTAR BAGAN

2.1. Kerangka Berpikir 25

3.5. Teknik Analisis Data 29

Strategi Personal.., Monica Patricia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Mahasiswa

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Transkrip Wawancara

Lampiran IV : Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran V : From Perbaikan Sidang Skripsi

Strategi Personal.., Monica Patricia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025