

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING INFLUENCER* BUNDA CORLA
DALAM MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

YUSUF

17.96.0235

Kepada

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING INFLUENCER* BUNDA CORLA
DALAM MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

YUSUF

17.96.0235

Kepada

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* INFLUENCER BUNDA CORLA DALAM MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM***

yang disusun dan diajukan oleh

Yusuf

17.96.0235

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK. 190302475

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PERSONAL BRANDING INFLUENCER BUNDA CORLA DALAM MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM

yang disusun dan diajukan oleh

Yusuf

17.96.0235

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 03 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK. 190302475



Rr.Pramesthi Ratnaningtyas, S. Sos., M.A
NIK. 190302476



Rosyidah Jayanti Vijaya, SE, M.Hum
NIK. 190302266



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 03 Juli 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M. Kom
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Yusuf
NIM : 17.96.0235

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**ANALISIS PERSONAL BRANDING INFLUENCER BUNDA CORLA DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Dosen Pembimbing : Riski Damastuti, S.Sos., M.A

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 03 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Yusuf

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Sejati nya faktor utama saya menyelesaikan kuliah yang telah saya mulai ini dikarenakan kedua orang tua saya, dukungan penuh yang mereka berikan kepada saya menumbuhkan semangat saya kembali untuk memulainya untuk kali kedua. Pertama kepada almarhum ayah saya bapak Badar Bisyr Nahdi, saya selaku anak yang telah almarhum tinggalkan ingin membuat almarhum bangga terhadap pendidikan yang telah saya lalui dengan penuh perjuangan ini.

Selanjutnya untuk ibu saya terkasih Wardah Balfas, skripsi ini adalah bukti dari perjuangan saya, banyak sekali perjuangan yang saya lalui untuk menyelesaikan skripsi saya ini, beliau adalah orang pertama yang membuat bangunan pondasi semangat saya bertambah kokoh dan kuat. Dengan perjuangannya sebagai orang tua seorang diri untuk memberikan dukungan penuh kepada saya, dari itu hasil laporan akhir skripsi ini saya persembahkan kepada ibu saya tercinta. Cinta dan kasih sayang saya selalu tercurah untuk kedua orang tua saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Personal branding Influencer* Bunda Corla dalam *Media Sosial Instagram*”. Shalawat dan salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk bapak/ibu selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar kepada saya yang masih banyak kekurangan pada saat mengerjakan skripsi ini. Tidak lupa pula saya ucapkan terimakasih kepada Tim Dosen Penguji dan semua pihak yang terkait sehingga dapat melancarkan hasil skripsi saya ini. Dan yang paling terakhir kepada ibu saya Wardah Balfas yang sangat saya banggakan yang telah memberikan dukungan penuh kepada saya sehingga dapat terciptanya rasa semangat dan dapat terselesaikannya skripsi saya ini.

Yogyakarta, 23 Desember 2022

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Error! Bookmark not defined.	
1.2 Error! Bookmark not defined.	
1.3 Error! Bookmark not defined.	
1.4 Error! Bookmark not defined.	
1.5 Error! Bookmark not defined.	
1.6 Error! Bookmark not defined.	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Studi Literatur	9
2.2 Dasar Teori.....	15
2.2.1 Media Sosial.....	15
2.2.2 <i>Personal branding</i>	16
2.2.3 Selebgram	26
2.2.4 <i>Instagram</i>	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Error! Bookmark not defined.	
3.2 Error! Bookmark not defined.	
3.3 Error! Bookmark not defined.	
3.4 Error! Bookmark not defined.	
3.5 Error! Bookmark not defined.	
3.6 Error! Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	43
4.1.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	44
4.1.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	46
4.1.4 Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>)	46
4.1.5 Kenampakan (<i>The Law of Visibility</i>)	47
4.1.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>)	48
4.1.7 Keteguhan (<i>The law of persistence</i>).....	49
4.1.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	50
4.2 Pembahasan.....	51
4.2.1 Implementasi 8 The Law Of <i>Personal branding</i> Corla Dalam Media Sosial <i>Instagram</i>	59
BAB V PENUTUP	66
5.1 Error! Bookmark not defined.	
5.2 Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Instagram Corla Pricillia.....	36
Gambar 3.3 Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	38
Gambar 4.1 <i>Instagram</i> Corla Pricillia.....	43
Gambar 4.2 Corlasebagai pelayan.....	45
Gambar 4.3 Konser Corla.....	46
Gambar 4.4 Siaran Langsung Corla.....	47
Gambar 4.5 <i>Brand Ambassador</i> Ms Glow.....	48
Gambar 4.6 Konser Corla.....	49
Gambar 4.7 <i>Instagram</i> Corla Pricillia.....	51
Gambar 4.8 Siaran Langsung Corla Pricillia.....	54

ABSTRAK

Setiap manusia tercipta pasti memiliki keunikannya tersendiri di dalam dirinya. Beberapa manusia menyadari keunikan yang ada pada dirinya adalah satu keunggulan didalam dirinya sebagai pembeda dari orang lain. Sebab itu pentingnya membangun *Personal branding* dalam diri seseorang sebagai keunggulan diri. Media sosial dapat menjadi salah satu cara untuk membangun *Personal branding* bagi dijamin ini. Contoh media sosial di zaman ini yang sering kali digunakan oleh masyarakat luas adalah media sosial *Instagram*. Dengan media sosial *Instagram* menjadikan kejadian baru dimasyarakat luas yaitu selebriti *Instagram*, yang telah memunculkan sosok-sosok unik yang memiliki citra-citra yang berbeda di akun pribadi masing-masing selebriti *Instagram*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara membangun *Personal branding*, bentuk dari *Personal branding* yang dibangun serta hasil yang didapatkan dari seorang selebriti *Instagram* yaitu Corlapemilik akun *Instagram* @Corla_2 dengan jumlah pengikut 5,6 juta yang membangun *Personal branding* melalui media sosial *Instagram*. Data yang yang didapatkan, diperoleh melalui hasil observasi melalui akun @Corla_2 yang sering melakukan siaran langsung untuk berinteraksi dengan pengikut-pengikut nya di *Instagram*, serta dokumentasi berupa foto. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan selebriti *Instagram* tersebut melakukan suatu proses membangun *Personal branding*, hal itu dapat dilihat dari cara membangun *Personal branding* sang selebriti *Instagram* yang memiliki suatu perbedaan yang didasarkan atas kompetensi diri masing-masing individu, lalu bentuk *Personal branding* yang didasarkan atas gaya pribadi yang dimiliki, serta dapat dilihat melalui hasil yang didapatkan dari membangun *Personal branding* yang didasari atas standar diri yang dimiliki selebriti *Instagram* Corlaatau yang dikenal sebagai Bunda Corla. Hal tersebut sesuai dengan tiga dimensi pembentuk *Personal branding* menurut McNally dan Karl. D. Speak yaitu kompetensi diri, gaya, serta standar diri. Sementara itu, *Instagram* menjadi sebuah media bagi selebriti *Instagram* Bunda Corla untuk membangun suatu persepsi masyarakat luas akan dirinya melalui konten-konten yang diunggah dan aktivitas siaran langsung dalam akun *Instagram* @Corla_2.

Kata kunci : *Personal branding, Media Sosial Instagram, Selebriti Instagram.*

ABSTRACT

Every human being created must have its own uniqueness in him. Some humans realize that the uniqueness that exists in themselves is a level of excellence within themselves as a differentiator from others. Therefore, the importance of building *Personal branding* in a person as a self-excellence. Social media can be one way to build *Personal branding* for today. Examples of social media today that are often used by the wider community are *Instagram* social media. With *Instagram*, social media makes a new incident in the wider community, namely *Instagram* celebrities, which have given rise to unique figures who have different images on the personal accounts of each *Instagram* celebrity. The purpose of this study is to find out how to build *Personal branding*, the form of *Personal branding* that is built and the results obtained from an *Instagram* celebrity, namely Corlawho owns an *Instagram* account @Corla_2 with 5.6 million *followers* who build *Personal branding* through *Instagram* social media. The data obtained was obtained through observations through @Corla_2 accounts that often broadcast live to interact with their *followers* on *Instagram*, as well as documentation in the form of photos. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that what the *Instagram* celebrity does is a process of building *Personal branding*, it can be seen from how to build the *Personal branding* of the *Instagram* celebrity who has a difference based on the self-competence of each individual, then the form of *Personal branding* based on the personal style owned, and can be seen through the results obtained from building *Personal branding* based on self-standards owned by *Instagram* celebrity Corlaor known as Mother Corla. This is in accordance with the three dimensions that make up *Personal branding* according to McNally and Karl. D. Speak is self-competence, style, and self-standards. Meanwhile, *Instagram* is a medium for Mother Corla's *Instagram* celebrity to build a wider public perception of herself through *Uploaded* content and live broadcast activities on @Corla_2 *Instagram* account.

Keywords : *Personal branding, Social Media Instagram, Celebrity Instagram.*