

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* BUNDA CORLA
BERDASARKAN *THE 8 LAWS OF PERSONAL BRANDING* DI
*TIKTOK LIVE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Raishyad Ari Lantara

22.96.2937

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* BUNDA CORLA
BERDASARKAN *THE 8 LAWS OF PERSONAL BRANDING* DI
TIKTOK *LIVE***

SKRIPSI

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



disusun oleh

Raishyad Ari Lantara

22.96.2937

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* BUNDA CORLA BERDASARKAN
THE 8 LAWS OF PERSONAL BRANDING DI TIKTOK *LIVE***

yang disusun dan diajukan oleh

Raishyad Ari Iantara

22.96.2937

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Wajar Bimantoro, SSn, MDes
NIK. 190304506

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* BUNDA CORLA BERDASARKAN
THE 8 LAWS OF PERSONAL BRANDING DI TIKTOK *LIVE***

yang disusun dan diajukan oleh

Raishyad Ari Lantara

22.96.2937

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Januari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Wiwid Adivanto, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK. 190302477

Yulinda Erlistvarini, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 190302485

Wajar Bimantoro, SSn, MDes
NIK. 190304506



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 20 Januari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Raishyad Ari Lantara
NIM : 22.96.2937

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Analisis Personal Branding Bunda Corla Berdasarkan The 8 Laws Of Personal Branding di Tiktok Live

Dosen Pembimbing: Wajar Bimantoro, SSn, MDes

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, 20 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Raishyad Ari Lantara

HALAMAN PERSEMBAHAN

Perjalanan penyusunan skripsi ini merupakan proses panjang yang tidak selalu mudah. Di balik setiap langkah, terdapat doa, dukungan, dan kekuatan dari banyak pihak yang senantiasa mengiringi penulis. Dengan penuh rasa syukur, kerendahan hati, dan ketulusan, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, sebagai sumber segala rahmat, kekuatan, dan petunjuk, yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Ibu Rinawati dan Bapak Sutarman, atas kasih sayang, doa, pengorbanan, serta dukungan yang tiada henti dalam setiap proses kehidupan dan pendidikan penulis.
3. Kakak dan adik tersayang, Kakak Dinar dan Adik Ananta, atas dukungan, perhatian, serta semangat yang senantiasa menguatkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan, Asa dan Yusuf, atas kebersamaan, bantuan, serta motivasi yang diberikan selama menempuh proses akademik ini.
5. Orang yang senantiasa hadir, Esa, atas perhatian, dukungan, dan keberadaan yang memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Diri sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas usaha, ketekunan, dan komitmen untuk terus berjuang dan menyelesaikan tanggung jawab akademik ini hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S-1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa karya ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Wajar Bimantoro, SSn, MDes., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan arahan, motivasi, bimbingan, serta koreksi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua, kakak Perempuan dan adik laki-laki penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan berkontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian *personal branding* dan media digital.

Yogyakarta, 8 Januari 2026



Raishyad Ari Lantara

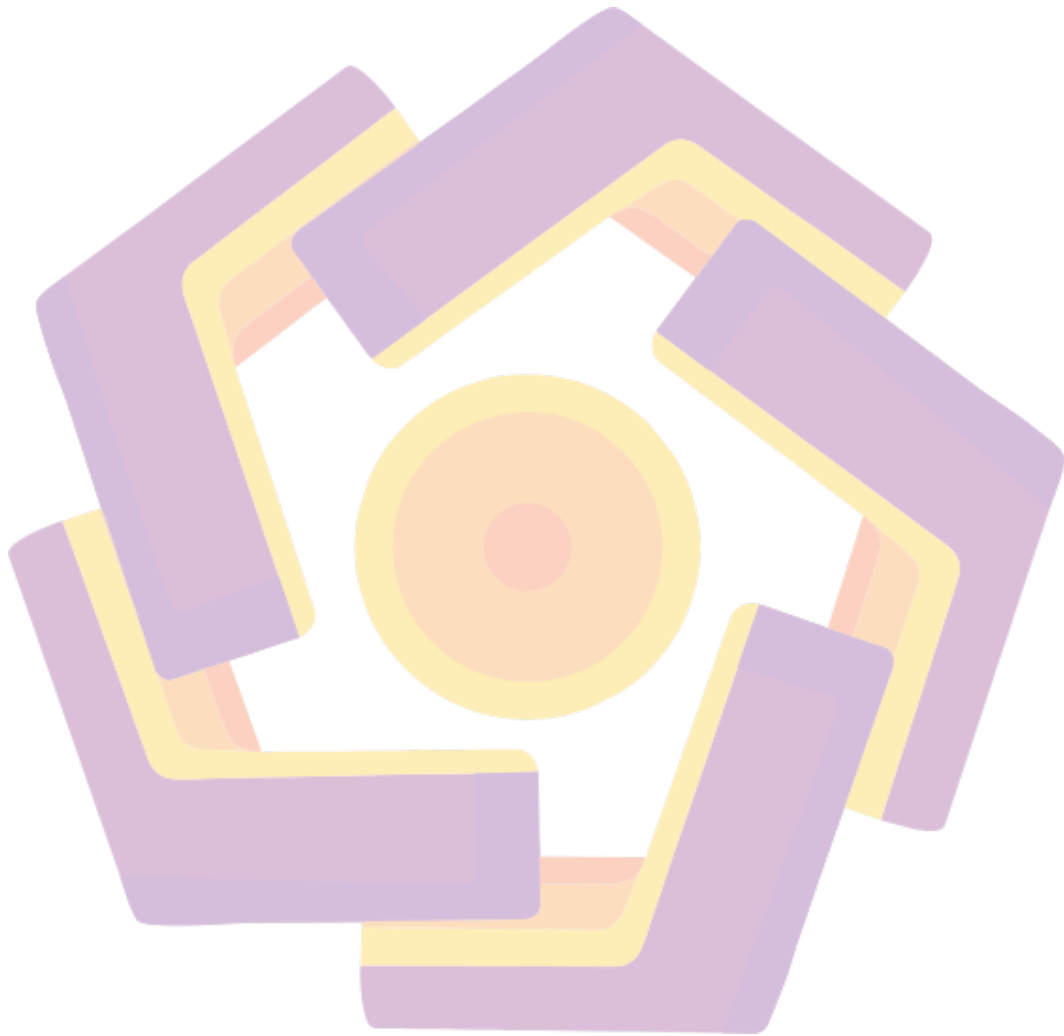
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	16
2.2.2 <i>The Laws Of Personal Branding</i>	16
2.2.3 Tiktok	19
2.3 Kerangka Konsep	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Pendekatan Penelitian.....	24
3.3 Metode Penelitian	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.4.1 Subjek Penelitian	26
3.4.2 Objek Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26

3.5.1 Dokumentasi Digital.....	26
3.5.2 Studi Pustaka	29
3.6 Waktu Penelitian	29
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	30
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi <i>Live Streaming</i> Bunda Corla	32
4.1.1 Deskripsi Figur Bunda Corla dalam <i>Tiktol Live</i>	33
4.2 Gambaran Umum Lokasi dan Informan Penelitian.....	34
4.2.1 Lokasi Penelitian	34
4.2.2 Deskripsi Informan Penelitian	35
4.3 Hasil Penelitian.....	37
4.3.1 <i>The Eight Laws Of Personal Branding</i>	39
4.4 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
REFERENSI.....	75
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2. Konten <i>Live</i>	27
Tabel 3. Delapan Prinsip <i>Personal Branding</i> Menurut Montoya.....	66

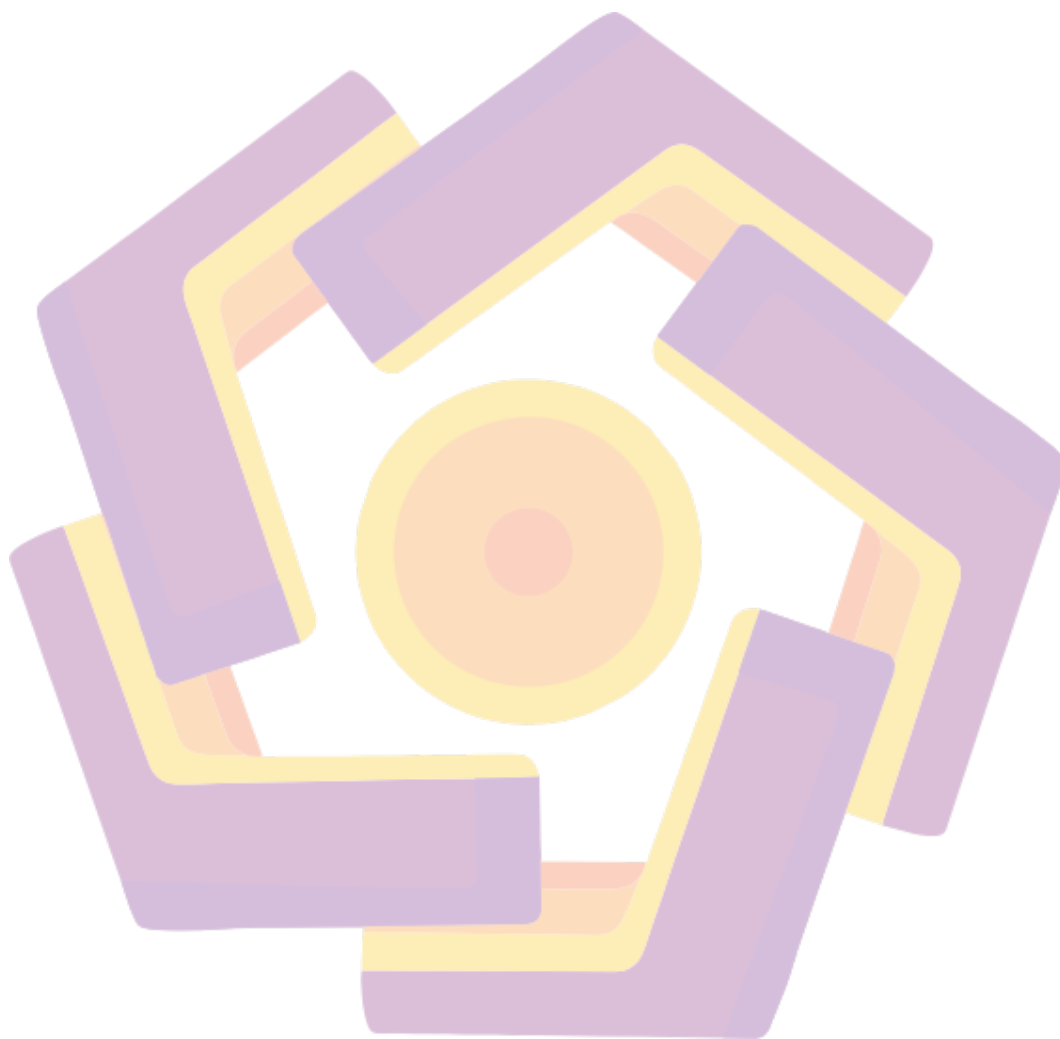


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025.....	1
Gambar 2. Aktivitas Sosial Media berdasarkan <i>Platform</i> 2025	2
Gambar 3. <i>Profile</i> Bunda Corla.....	3
Gambar 4. Bunda Corla Ratu <i>live</i> Dunia (@bundacorlaofficialss) <i>Net Worth</i> ...	7
Gambar 5. Kerangka Konsep.....	23
Gambar 6. <i>Account</i> Tiktok Bunda Corla	32
Gambar 7. Profil Bunda Corla.....	33
Gambar 8. Ekspresi Bunda Corla saat melakukan hal spontan dan tertawa.....	39
Gambar 9. Bunda Corla yang sedang menggunakan MK <i>skincare</i> saat <i>live</i>	42
Gambar 10. Bunda Corla joget pakai daster dengan latar dapur sederhana	45
Gambar 11. Bunda Corla sedang ngomel lucu ke arah komentar atau <i>gift</i>	48
Gambar 12. Tangkapan layar angka penonton <i>live</i> yang sangat banyak.....	52
Gambar 13. Bunda Corla promosi MK skin dan bersiap berangkat kerja.....	55
Gambar 14. Bunda Corla konsisten dari satu <i>live</i> ke <i>live</i> lainnya	58
Gambar 15. Pesan positif penonton terekam di kolom chat <i>live</i> Tiktok.....	61
Gambar 16. Bunda Corla memakai daster dengan latar dapur sederhana	65

DAFTAR LAMPIRAN

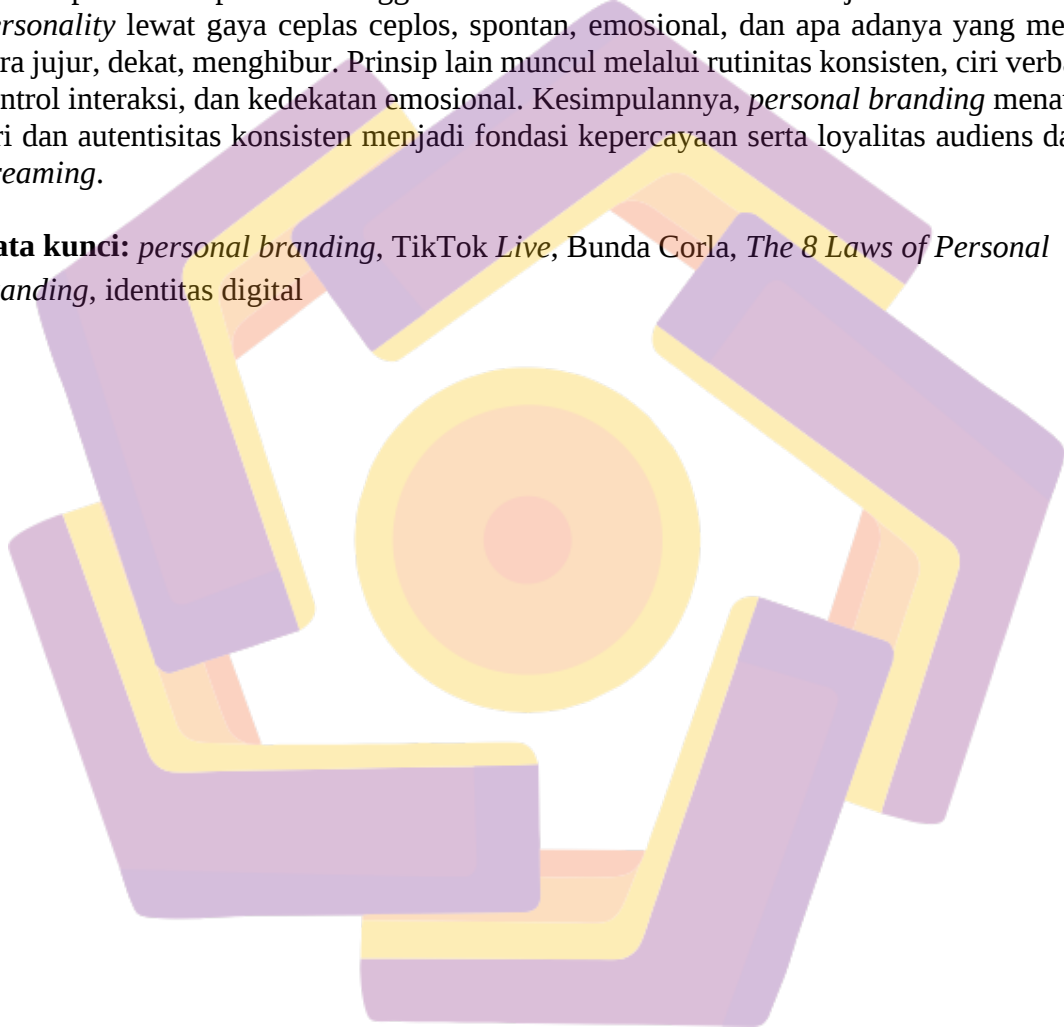
Lampiran 1. Surat Pengajuan Dosen Pembimbing.....	74
Lampiran 2. Logbook Bimbingan	75



ABSTRAK

TikTok Live menghadirkan komunikasi dua arah *real-time* yang menonjolkan autentisitas sehingga *personal branding* tidak selalu bergantung pada kurasi visual. Penelitian ini mendeskripsikan *personal branding* Bunda Corla pada TikTok @bundacorlaofficialss dengan *The 8 Laws of Personal Branding* Montoya dan Vandehey serta menelaah kaitannya dengan identitas digital dan *impression management* menurut Shepherd. Paradigma konstruktivisme digunakan melalui analisis isi kualitatif deskriptif. Data berupa rekaman siaran langsung, interaksi audiens, dan studi pustaka, dipilih dengan *purposive sampling* pada lima konten periode September hingga Desember 2025. Hasil menunjukkan dominasi *Law of Personality* lewat gaya ceplas ceplos, spontan, emosional, dan apa adanya yang membentuk citra jujur, dekat, menghibur. Prinsip lain muncul melalui rutinitas konsisten, ciri verbal visual, kontrol interaksi, dan kedekatan emosional. Kesimpulannya, *personal branding* menaturalisasi diri dan autentisitas konsisten menjadi fondasi kepercayaan serta loyalitas audiens dalam *live streaming*.

Kata kunci: *personal branding*, *TikTok Live*, Bunda Corla, *The 8 Laws of Personal Branding*, identitas digital



ABSTRACT

TikTok Live enables real-time two-way communication that foregrounds creator authenticity, so personal branding does not always depend on visual curation. This study describes Bunda Corla's personal branding on TikTok @bundacorlaofficialss using Montoya and Vandehey's The 8 Laws of Personal Branding and examines its links to digital identity and impression management from Shepherd's perspective. Guided by a constructivist paradigm, the research applies a descriptive qualitative approach through qualitative content analysis. Data consist of recorded live broadcasts, audience interactions, and literature sources, selected through purposive sampling from five TikTok Live sessions conducted between September and December 2025. The findings indicate the dominance of the Law of Personality, reflected in a blunt, spontaneous, emotional, and genuine communication style that constructs an image of being honest, approachable, and entertaining. Other principles emerge through consistent live routines, distinctive verbal-visual cues, interaction control, and emotional closeness with the audience. In conclusion, this personal branding develops as a naturalized self-presentation, where sustained authenticity becomes the main foundation for audience trust and loyalty in the context of live streaming.

Keywords: *personal branding, TikTok Live, Bunda Corla, The 8 Laws of Personal Branding, digital identity*

