

**PERSONAL BRANDING NONSELEBRITI PADA  
AKUN INSTAGRAM @PANGGILVANYAJA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

**Satria Tri Atmaja**

**1151700039**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**PERSONAL BRANDING NONSELEBRITI PADA  
AKUN INSTAGRAM @PANGGILVANYAJA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

**Satria Tri Atmaja**

**1151700039**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Satria Tri Atmaja

NPM : 1151700039

Judul : Personal Branding Nonselebriti pada Akun Instagram  
@panggilvanyaja

Surabaya, 16 Juni 2022

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing 1,

  
Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

NIDN. 0701016301

  
Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si.

NIDN. 0714106001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dosen Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji

1. **Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si**  
Ketua Sidang

2. **Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.**  
Dosen Penguji 1

3. **Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom**  
Dosen Penguji 2

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



**Dr. Dra. Avun Maduwinarti, MP**

**NIDN. 0701016301**

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Satria Tri Atmaja  
NPM : 1151700039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Personal Branding Nonselebriti Pada Akun Instagram  
@panggilvanyaja

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya akan bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 16 Juni 2022  
Yang Membuat Pernyataan



(Satria Tri Atmaja)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Tri Atmaja  
NBI/ NPM : 1151700039  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Personal Branding Nonselebriti pada akun Instagram @Panggilvanyaja”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 16 Juni 2022

Yang Menyatakan,



( Satria Tri Atmaja )

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRACT

**SATRIA TRI ATMAJA:** Personal Branding Noncelebrity on Instagram Account @panggilvanyaja

One of the platforms widely used by the public is Instagram, especially among young people. This is seen as an opportunity by @panggilvanyaja as a medium for channeling talent or self-potential so that it can be seen more widely by the public by utilizing its features to build personal branding. The purpose of this study is how @panggilvanyaja does personal branding as noncelebrity, as the benefits for further research by being a source of additional references and insights to the public related to personal branding on Instagram account. This research uses a case study approach with observation, documentation, and interviews with informants as many as 5 people from Instagram users. The theory used to analyze is dramaturgy by Erving Goffman. The study's results showed that @panggilvanyaja uses Instagram as a platform to interact and build closeness with his followers to be more intense, intended to build loyalty from the community of followers of @panggilvanyaja and coupled with how to dress style as a supporting aspect of personal branding.

**Keywords :** *Personal Branding, Instagram, Dramaturgi, Noncelebrity*

## ABSTRAK

**SATRIA TRI ATMAJA:** Personal Branding Nonselebriti pada Akun Instagram @panggilvanyaja

Salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram, terutama dikalangan anak muda. Ini yang dilihat sebagai peluang oleh @panggilvanyaja sebagai media penyaluran bakat atau potensi diri agar bisa dilihat lebih luas oleh publik dengan memanfaatkan fiturnya sebagai cara membangun *personal branding*. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana @panggilvanyaja melakukan *personal branding* sebagai nonselebriti, sebagaimana manfaat untuk penelitian selanjutnya dengan menjadi sumber referensi tambahan dan wawasan kepada masyarakat terkait personal branding pada akun Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan informan sebanyak 5 orang dari pengguna Instagram. Teori yang digunakan menganalisis yaitu *Dramaturgi* oleh *Erving Goffman*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa @panggilvanyaja menggunakan Instagram sebagai platform dia berinteraksi dan membangun kedekatan dengan para pengikutnya agar lebih intens yang dimaksudkan untuk membangun loyalitas dari komunitas pengikut dari @panggilvanyaja dan dibarengi dengan bagaimana cara gaya berbusana sebagai aspek penunjang *personal branding* yang dilakukan.

**Kata Kunci:** *Personal Branding*, Instagram, *Dramaturgi*, Nonselebriti



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat, nikmat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Personal Branding Selebgram Nonselebri pada Akun Instagram @panggilvanyaja” sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Selama melakukan penelitian ini, tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Semoga Allah SWT memberikan rahmat, kenikmatan, keberkahan atas bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti juga memberikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang turut iku membatu khususnya kepada :

1. Pertama-tama peneliti haturkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT.
2. Kedua orang tua peneliti Titin Sugiarti dan kedua kakak kandung yaitu Yudha Perwira Nusantara dan Aryo Dwi Kurnianto, yang selalu membantu, mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
3. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Dr. Mulyanto Nugroho, MM. CMA., CPA.
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP
5. Kaprodi Ilmu Komunikasi bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
6. Dosen Pembimbing skripsi satu Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si. yang banyak memberikan bimbingan dengan sabar, serta juga membantu turut iku menyelesaikan skripsi.
7. Dosen Pembimbing skripsi dua Lukman Hakim, S.Fil, M.Phil. yang selalu memberikan bimbingan, bantuan, serta juga memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
8. Semua dosen Ilmu Komunikasi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per- satu yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan saat proses perkuliahan.
9. Apresiasi dan terima kasih sebesar-besarnya kepada teman-teman Untag Sidoarjo yang bernama Isharudin, Adam Maradono, Olda, dan Alfian yang sudah bersedia untuk direpoti, membantu peneliti, memberikan motivasi, dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.

10. Peneliti juga berterima kasih kepada Kakak Tingkat Angkatan 16 bernama Radite Wisnu Wardhana S.Ars yang turut membantu dan memberikan pinjaman laptop selama dua semester terakhir untuk menyelesaikan skripsi.
11. Teman sesama peneliti yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga sudah turut membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Peneliti berterima kasih kepada Vany selaku pemilik akun @panggilvanyaja sudah bersedia menjadi objek penelitian yang dilakukan peneliti terhadapnya.
13. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang namanya tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan banyak sekali terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan telah membantu peneliti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga segala bentuk bantuan yang sudah diberikan dapat menjadi amalan dan mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT. Semoga untuk kedepannya skripsi ini dapat menjadi sumber referensni yang bermanfaat

Surabaya, 16 Juni 2022

Peneliti,

(Satria Tri Atmaja)

## DAFTAR ISI

COVER DALAM .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	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 .....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Critical Review .....	18
2.3 Landasan Teori.....	22
2.3.1 Media Baru.....	22
2.3.2 Instagram .....	25

2.4 Kerangka Konsep	
2.4.1 Konunikasi .....	29
2.4.2 Digital Marketing .....	30
2.4.3 Dramaturgi .....	31
2.4.4 Personal Branding .....	34
2.5 Kerangka Konsep .....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Jenis Penelitian .....	38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	38
3.4 Jenis Data .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Teknik Analisis Data .....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	41

### **BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Profil Stevany Nadyasari .....	45
4.1.2 Profil Rosalyn Agustina Gultom .....	49
4.1.3 Profil Yhuki Adam .....	50
4.1.4 Profil Alfian Affandi .....	50
4.1.5 Profil Fridha Akhsanita .....	50
4.2 Penyajian Data .....	51
4.2.1 Personal Branding Melalui Interaksi .....	54
4.2.2 Personal Branding Melalui Gaya Berbusana .....	58
4.3 Hasil dan Pembahasan .....	67
4.4 Hasil Temuan Penelitian .....	73

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Rekomendasi .....	79

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Vany .....	4
Gambar 1.2 Postingan <i>Feed</i> Instagram Vany.....	5
Gambar 1.3 Postingan Instagram <i>Story</i> Vany Saat Menjadi MC ..	6
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 <i>Photoshoot</i> Vany .....	45
Gambar 4.2 Postingan Foto <i>Instagram Feed</i> .....	49
Gambar 4.3 Bukti Keseriusan @panggilvanyaja.....	53
Gambar 4.4 Vany Berbalas Komentar dengan <i>Followersnya</i> .....	54
Gambar 4.5 <i>Behind The Scene</i> Pembuatan Konten Endorse.....	56
Gambar 4.6 Merepost Unggahan <i>Story</i> dari <i>Partner Kerja</i> .....	58
Gambar 4.7 Gaya Fashion Muslimah .....	60
Gambar 4.8 Gaya <i>Fashion Glamour</i> .....	61
Gambar 4.9 Gaya <i>Fashion Casual</i> .....	62
Gambar 4.10 Gaya <i>Fashion Muslimah Mewah</i> .....	63
Gambar 4.11 Kelas Modeling oleh @panggilvanyaja .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel Penelitian Terdahulu .....	11
----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lembar Perintah Revisi.....	89
Lembar Perintah Revisi.....	90
Lembar Perintah Revisi.....	91
Lembar Hasil Turnitin.....	92