

PERSONAL BRANDING SEKAR FATHIYA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI



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

Oleh:
Noer Mala Febilla Sari
NBI : 1151700184

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUKASI
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SURABAYA
2022**

PERSONAL BRANDING SEKAR FATHIYA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI



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

Oleh:
Noer Mala Febilla Sari
NBI : 1151700184

PROGRAM STUDI ILMU KOMUKASI
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SURABAYA
2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama

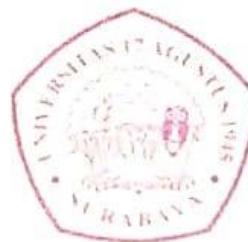
NBI

Judul

: Noer Mala Febilla Sari

: 1151700184

: Personal Branding Sekar Fathiya Dalam Media Sosial
Instagram



Dekan Falkultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945-Surabaya

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P 
**Mohammad Insan Romadhan S.I.Kom.,
M.Med.Kom**



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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

1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

Ketua

Dewan Pengaji :



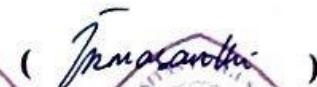
2. Muhammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Anggota



3. Irmasantri Danadharta, S.Hub.Int., MA

Anggota



Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Dra. Ayu Maduwiniarti, MP

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Noer Mala Febilla Sari

NIM : 1151700184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Personal Branding Sekar Fathiya Dalam Media Social Instagram

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 memeroleh 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 sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh atas kesadaran dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 7 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



(Noer Mala Febilla Sari)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex. 311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noer Mala Febilla Sari

NBI : 1151700184

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Dissertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek

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

"PERSONAL BRANDING SEKAR FATHIA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 7 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Noer Mala Febilla Sari)

Sekar Fathiya's Personal Branding On Instagram Social Media.

Noer Mala Febilla Sari

(NBI 1151700184)

Mentor 1 :Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom 2. Dr Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

ABSTRACT

The rise in the use of Instagram has finally made Instagram a personal branding tool. So in this case, it becomes a new phenomenon where the use of Instagram social media is no longer only used as a medium of communication and sharing visual works, but rather use of Instagram as a more effective personal branding media. Like Sekar Fathiya who also does personal branding through his account @sekarfathiya on Instagram as a professional model. The purpose of this study is to find out how Sekar Fathiya builds personal branding as a professional hijab model on Instagram. This type of case study research was chosen to understand a model's branding practice in detail and detail. By using a qualitative descriptive approach. The informant selection technique in this study used a purposive sampling technique. In collecting data in research using observation, documentation, and interviews. The results in this study Sekar Fathiya carried out his branding as it was, whereas in this study there was a harmony between what he displayed on his Instagram account with his personal life. Overall, of the eight personal branding concepts (The Eight Laws of Personal Branding) Sekar Fathiya fulfills the characteristics of the 3 components of a personal brand and carries out the strategies in Impression Management, namely Ingratiation and Intimidation..

Keywords: Personal Branding, Instagram, Model

Personal Branding Sekar Fathiya Dalam Media Sosial Instagram

Noer Mala Febilla Sari

(NBI 1151700184)

Pembimbing 1 :Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom 2. Dr Drs.

Teguh Priyo Sadono, M.Si.

ABSTRAK

Maraknya dalam penggunaan instagram ini pada akhirnya menjadikan instagram sebagai alat personal branding. Maka dalam hal tersebut menjadikan sebagai sebuah fenomena baru yang dimana penggunaan media sosial instagram ini tak lagi hanya dimanfaatkan sekedar sebagai media komunikasi dan berbagi karya visual, namun lebih kepada pemanfaatan instagram sebagai media personal branding yang lebih efektif. Seperti Sekar Fathiya yang juga melakukan personal branding melalui akun pribadinya @sekarfathiya di Instagram sebagai seorang model profesional.Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Sekar Fathiya membangun personal branding sebagai model hijab professional di instagram. Jenis penelitian studi kasus dipilih untuk memahami praktik personal branding seorang model secara spesifik dan mendetail. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Dalam pengumpulan data pada penelitian menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil pada penelitian ini Sekar Fathiya melakukan personal brandingnya secara apa adanya, dimana dalam penelitian ini terdapat keselarasan dari apa yang ia tampilkan pada akun instagramnya dengan kehidupan pribadiya. Secara keseluruhan dari kedelapan konsep personal branding (The Eight Law Of Personal Branding) Sekar Fathiya memenuhi karakteristik dari 3 komponen sebuah personal brand serta melakukan stategi yang ada pada Manajemen Impresi yaitu Ingratitaion dan Intimidation.

Kata Kunci : Personal Branding, Instagram, Model

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PERSONAL BRANDING SEKAR FATHIYA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata -1 Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat materil maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati dan hormat penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Orang tua saya yang sudah membantu dan mensupport segala hal mulai dari yang dapat dinilai hingga tidak ternilai. Semua terimakasih saya ucapkan kepada bapak Sukur Basuki dan ibu Sutriyami atas kerja keras dan perjuangan mereka saya bisa sampai pada titik ini.
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Pembimbing Skripsi I dan Dr Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si selaku Pembimbing Skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
3. Kakak Arum Novita Dewi dan adik Mochamad Bayu Pamungkas yang selalu menyemangati saya.
4. Seluruh dosen pengajar selama perkuliahan, seluruh staff serta dosen pengujii yaitu Irmasanthy Danadharta, S.Hub.Int., Ma dan Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom .
5. Seluruh narasumber yang ada pada penelitian ini dan juga keluarga yang selalu senantiasa mendukung.

Surabaya, 15 Juli 2022

Noer Mala Febilla Sari

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahan untuk :

1. Kedua orang tua saya, bapak Sukur Basuki dan ibu Sutriyami atas kerja keras dan perjuangan mereka saya bisa sampai pada titik ini.
2. Kakak Arum Novita Dewi dan adik Mochama Bayu Pamungkas yang membantu dan menyemangati dalam proses penggerjaan.

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERSEMPERBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Permasalahan dan Rumusan Masalah	5
1.3Tujuan	6
1.4Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.1.1Tinjauan penelitian terdahulu	9
2.2Landasan Teori.....	11
2.2.1Branding	11
2.2.2Manajemen Impresi.....	11
2.2.3Personal Branding	13
2.2.4Instagram.....	15
2.3Kerangka Konsep	18
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1Pendekatan Penelitian	21
3.2Jenis Penelitian.....	21
3.3Subjek Dan Ojek Penelitian	21
3.4Metode Pengumpulan Data	22

3.4.1Jenis Data	22
3.4.2Teknik Pengumpulan Data	23
3.5Teknik Analisis Data.....	23
3.6Keabsahan Data.....	24
BAB IV	25
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1Deksripsi Objek.....	25
4.1.1Profil Sekar Fathiya.....	25
4.1.2Deksripsi Informan Tambahan.....	27
4.2Penyajian Data	30
4.2.1Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Specialization (Spesialisasi)	30
4.2.2Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Leadership (Kepemimpinan)	34
4.2.3Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Personality (Kepribadian).....	37
4.2.4Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Distinctiveness (Perbedaan)	41
4.2.5Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Visibility (Terlihat)....	43
4.2.6Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Unity (Kestauan)	45
4.2.7Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Persistence (Keteguhan)	46
4.2.8Spesifikasi dari Sekar Fathiya terhadap The Law Of Goodwill (Nama Baik) ..	48
4.2.9Karakteristik Sekar Fathiya dalam Personal Branding.....	49
4.2.10Strategi Sekar Fathiya dalam Manajemen Impresi.....	50
BAB V.....	53
PENUTUP	53
5.1Kesimpulan	53
5.2Saran.....	54
5.2.1Bagi Model / Selebgram.....	54
5.2.2Bagi Peneliti Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Tabel Kriteria Narasumber.....	22
Tabel 4. 1 Data Informan	28

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Dalam kolom pencarian muncul semua akun portofolio model</i>	3
<i>Gambar 1. 2 Akun portofolio model.....</i>	3
<i>Gambar 1. 3 Akun Portofolio Model.....</i>	4
<i>Gambar 1. 4 Akun portofolio model.....</i>	4
<i>Gambar 2. 1 Kerangka Konsep</i>	18
<i>Gambar 4. 1 Profil akun instagram Sekar Fathiya</i>	26
<i>Gambar 4. 2 Akun Instagram SFRC.</i>	27
<i>Gambar 4. 3 Postingan Instagram Ainun berfoto dengan Sekar Fathiya saat mengikuti SFRC.....</i>	29
<i>Gambar 4. 4 Poster Karantina Hijabers Model Search dalam rangka 1st Anniversary Hijabers Model Academy dengan Sekar Fathiya sebagai pemateri Personal Branding</i>	29
<i>Gambar 4. 5 Sekar tampak elegam dengan ekspresi fierce</i>	31
<i>Gambar 4. 6 Foto terlama pada kun instagram</i>	31
<i>Gambar 4. 7 Cuplikan siaran TV Indosiar saat menyiaran kompetisi Puteri Muslimah 2017.....</i>	32
<i>Gambar 4. 8 Sekar Mengabadikan Ucapan Selamat Yang Diberikan Kampus Untuk Dirinya.....</i>	33
<i>Gambar 4. 9 Salah satu pencapaian Sekar show di event fashion nasional Muslim Fahion Festival</i>	34
<i>Gambar 4. 10 Postingan Foto Hasil Pemotretan Sekar</i>	36
<i>Gambar 4. 11 Foto Sekar Bersama Peserta Finalis HMS Setelah Mengisi Materi Personal Branding</i>	36
<i>Gambar 4. 12 Segala informasi yang sering dicari dari sosok Sekar dari kontennya disimpan pada highlight akunnya.....</i>	38
<i>Gambar 4. 13 Salah satu konten #GetReadyWithSekar.....</i>	39
<i>Gambar 4. 14 Salah satu konten #StylingwithSekar menggunakan kain</i>	40
<i>Gambar 4. 15 Salah satu konten Give Away Sekar bersama brand skincare ternama Kiehl's.....</i>	42
<i>Gambar 4. 16 Salah satu konten #StylingwithSekar menggunakan hijab ruffle dari @by.maw</i>	42
<i>Gambar 4. 17 postingan Sekar saat melakukan pemotretan untuk sebuah produk ..</i>	43
<i>Gambar 4. 18 Salah satu konten #StylingwithSekar menggunakan kain.....</i>	44
<i>Gambar 4. 19 Sekar menghadiri acara Grand Final Puteri Indonesia Jawa Timur 2020.....</i>	44

Gambar 4. 20 postingan Sekar dalam membagikan momen kehamilan pertamanya	45
Gambar 4. 21 postingan Sekar foto bersama suami untuk mengabadikan momen kehamilan pertama mereka.....	46
Gambar 4. 22 Sekar mengikuti trend foto di masa pandemi Covid-19.	47
Gambar 4. 23kumpulan video Reels Sekar	48
Gambar 4. 24 postingan Sekar memperagakan busana dari @vinkatasa untuk envent Muslin Fashion Festival 2020.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Informan utama Sekar Fathiya.....	57
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Informan pendukung followers/partner	59
Lampiran 3 Dokumentasi	60
Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi	62
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	65