

**FENOMENA *PERSONAL BRANDING MICRO-CELEBRITY*
(ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN INSTAGRAM
@CORLA_2)**

SKRIPSI

Oleh:

NIA

1971650013



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**FENOMENA *PERSONAL BRANDING MICRO-CELEBRITY*
(ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN INSTAGRAM
@CORLA_2)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

NIA

1971650013



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Nia
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul “Fenomena *Personal Branding Micro-Celebrity* (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Corla_2)” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 27 Juni 2023



Nia



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
FENOMENA *PERSONAL BRANDING MICRO-CELEBRITY*
(ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN INSTAGRAM @CORLA_2)

Oleh:

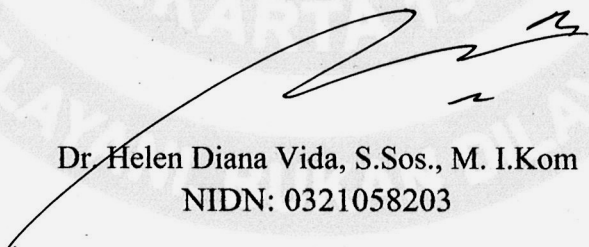
Nama Mahasiswa : Nia
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650013
Jurusan/Peminatan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

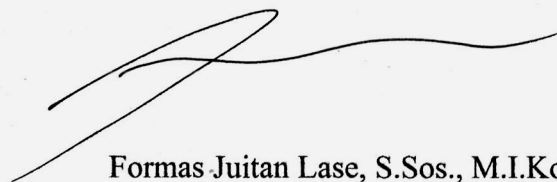
Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui:

Pembimbing


Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M. I.Kom
NIDN: 0321058203

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom

Dekan

Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc, Sc



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK



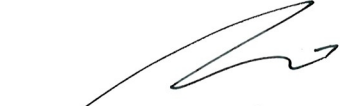
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 27 Juni 2023 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Nia
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “FENOMENA *PERSONAL BRANDING MICRO-CELEBRITY* (ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN INSTAGRAM @CORLA_2)” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Prof. Dr Chontina Siahaan, S.H., M.Si	Sebagai Ketua	
2 Singgih Sasongko, S.IP., M.Si	Sebagai Anggota	
3 Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M. I.Kom	Sebagai Anggota	

Jakarta, 27 Juni 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nia
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Fenomena *Personal Branding Micro-Celebrity*
(Analisis Semiotika Pada Akun Instagram
@Corla_2)

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 27 Juni 2023

Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

Prof. Dr Chontina Siahaan, S.H., M.Si

Penguji II

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si

Penguji III

Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M. I.Kom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nia
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650013
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : Fenomena *Personal Branding Micro-Celebrity*
(Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Corla_2)

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 27 Juni 2023
Yang menyatakan,



Nia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat rahmat karunia dan penyertaan-Nya, Penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis *Personal Branding Micro-Celebrity* Pada Akun Instagram @corla_2” Penelitian ini dilaksanakan untuk memenuhi mata kuliah Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana pada jenjang strata satu (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yesus Kristus untuk penyertaan dan kasih karunia Nya yang telah diberikan kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Dhaniswara K. Harjono, S.H., M.H., MBA selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
3. Ibu Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia dan sekaligus menjadi dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu untuk membantu memberikan arahan dan kritikan yang membangun selama proses penulisan skripsi.
4. Ibu Formas Juwitan Lase, M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
6. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia, yang secara langsung maupun secara tidak langsung telah mengajari penulis dengan sabar dan memberikan ilmu selama penulis saat diperkuliahan sehingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Kedua orangtua yang tidak pernah merasa keberatan memberikan dukungan yang tulus atas kasih sayang dan motivasi
8. Kepada Muhammad Syamsul Arifin yang selalu memberikan dukungan serta motivasi agar skripsi ini cepat terselesaikan.
9. Kepada Hanna, Tiur, Qesya, Nanda dan Sifra yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini.
10. Terimakasih Tuhan Yesus atas kesih setia mu, terimakasih atas hati yang engkau berikan terlalu kuat dengan hati ini dan kasih anugerah mu saya mampu berjalan sejauh ini dengan tidak ada kata menyerah, atas keterbatasan hidup yang saya alami tangan mu tidak pernah melepaskan saya jatuh dan hilang, Tuhan Yesus semua karena engkau baik.

Semoga Tuhan Yesus Kristus membalas semua kebaikan, niat baik, dan bantuan yang telah diberikan dari semua pihak. Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan menjadi karya kecil yang bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya di masa depan.

Jakarta, 27 Juni 2023

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.4.3 Manfaat Sosial	13
1.5 Batasan Masalah.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Semiotika	15
2.1.2 Personal Branding	19
2.1.3 Micro-celebrity	24
2.1.4 Instagram Sebagai Media Sosial	26
2.2 Kerangka Teoritis	29
2.3 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Metode Penelitian.....	33

3.4	Metode Pengambilan Data	34
3.5	Sumber Data	35
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.7	Teknik Interpretasi Data	36
3.8	Keabsahan Data	37
BAB IV PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum / Profil Subjek Penelitian.....	38
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Analisis semiotika	45
4.1.2	Personal Branding Bunda Corla	59
4.3	Interpretasi Data	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
5.2.1	Saran Akademis.....	67
5.2.2	Saran Praktis.....	67
5.2.3	Saran Sosial	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Daftar Platform Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif 2023.....	1
Gambar 1.2.	Bunda Corla sedang live Instagram	4
Gambar 1.3.	Cuplikan Parodi Live Bunda Corla di Tiktok	6
Gambar 1.4.	Story Bunda Corla Menggunggah Ulang Story Penggemarnya ...	7
Gambar 1.5.	Tampilan Feeds Bunda Corla.....	8
Gambar 1.6.	Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 2.3.	Model Semiotika Roland Barthes Sumber: Fiske dalam Sobur, 2012. Analisis Teks Media.....	17
Gambar 2.4.	Signifikasi Dua Tahap Barthes Sumber: Fiske dalam Sobur, 2012. Analisis Teks Media.....	18
Gambar 4.1.	Profil Akun Instagram Bunda Corla	38
Gambar 4.2.	Tampilan unggahan Bunda Corla di Instagram	39
Gambar 4.3.	Unggahan Pertama Bunda Corla.....	40
Gambar 4.4.	Unggahan Foto Bunda Corla Dengan Kualitas Gambar Yang Baik	41
Gambar 4.5.	Live Bunda Corla Di Perjalanan	42
Gambar 4.6.	Kata-kata dan gaya penulisan caption Bunda Corla	43
Gambar 4.7.	Konten Live Bunda Corla Ditempat Kerja	44
Gambar 4.8.	Unggahan Bunda Corla Menanyakan Sesuatu.....	45
Gambar 4.9.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 16 Oktober 2022.....	46
Gambar 4.10.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 23 Oktober 2022.....	47
Gambar 4.11.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 27 Oktober 2022.....	48
Gambar 4.12.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 01 November 2022.....	49
Gambar 4.13.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 05 November 2022	50
Gambar 4.14.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 22 November 2022.....	51
Gambar 4.15.	Unggahan Bunda Corla tanggal 19 Desember 2022	52
Gambar 4.16.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 15 Januari 2023	54
Gambar 4.17.	Unggahan Bunda Corla Tanggal 25 Februari 2023	55

Gambar 4.18. Unggahan Bunda Corla Tanggal 2 Maret 2023 56

Gambar 4.19. Unggahan Bunda Corla Tanggal 24 Maret 2023 58



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Postingan Akun @corla_2.....	34
Tabel 3.2. Teknik Analisis Roland Barthes.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Spesialisasi.....	73
-------------------------------	----



ABSTRAK

Internet yang berkembang pesat membuat media sosial Instagram menjadi pengguna terbanyak ketiga. Media sosial Instagram merupakan aplikasi yang dapat melahirkan *public figure* baru disebut selebgram. Selebriti Instagram bagian dari *micro-celebrity* yang merupakan seseorang yang terkenal karena melakukan sesuatu yang menarik dan bagi khalayak. Menciptakan karakter yang berbeda dan membangun ciri khasnya sendiri disebut *personal branding*. Salah satunya selebgram Bunda Corla dengan akun Instagram @corla_2 yang viral pada akhir tahun 2022 memiliki *personal branding* yang unik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis isi pada delapan hukum *personal branding* Peter Montoya dan teknik analisis semiotika Roland Barthes melalui tiga komponen denotasi, konotasi dan mitos berdasarkan unggahan Instagram @corla_2. Hasil penelitian analisis semiotika menunjukkan tanda-tanda berupa sifat emosional, aktivitas pada kegiatan sehari-harinya dan fisik terkesan kemayu. Pada hasil delapan hukum *personal branding*, Bunda Corla sebagai Bundanya anak-anak memiliki ciri khas ibu-ibu cerewet suka mengomentari sesuatu. Bunda Corla menunjukkan orang yang apa adanya yang tidak menunjukkan keestetikaan pada unggahan konten di akun Instagramnya. Bunda Corla konsisten terhadap unggahan dan fitur *live* di akun Instagramnya agar *personal branding*-nya terus menerus dikenal banyak orang. *Personal branding* yang ditampilkannya pun memiliki persamaan dengan yang ditampilkan di publik maupun di balik layar. Bunda Corla sebagai seseorang yang memiliki semangat tinggi dalam menjalani hidupnya dan Bunda Corla yang memiliki kesan positif sehingga dapat berteman dengan siapapun. Pada awalnya akun Instagram Bunda Corla hanya untuk berbagi momen saja. Namun Bunda Corla melihat keuntungan dalam menggunakan media sosial yang menjadikannya versi terbaik dirinya. Sebagai Bundanya anak-anak, Bunda Corla memiliki kepribadian yang jujur dan apa adanya dan terus menerus menampilkan *personal branding*-nya untuk semakin dikenal oleh para penggemarnya di akun Instagramnya @corla_2.

Kata kunci : Analisis Semiotika, Instagram, *Micro-Celebrity*, *Personal Branding*

ABSTRACT

The fast-growing internet makes social media Instagram the third most users. Instagram social media is an application that can give birth to new public figures called selebgram. Instagram celebrity is part of the micro-celebrity which is someone famous for doing something interesting and for the audience. Creating a different character and building its characteristics is called personal branding. One of them is 'Bunda Corla' a program with the Instagram account @corla_2 which went viral at the end of 2022 with a unique personal branding. This study uses a descriptive qualitative approach with content analysis on Peter Montoya's eight laws of personal branding and Roland Barthes' semiotic analysis technique through three components of denotation, connotation and myth based on Instagram uploads @corla_2. The results of the semiotic analysis research show signs in the form of emotional traits, activities in daily activities and physically impressed 'kemayu'. Based on the results of the eight laws of personal branding, 'Bunda Corla' as the mother of children has the characteristic of fussy mothers who like to comment on things. 'Bunda Corla' shows an honest person who does not show aesthetics in uploading content on her Instagram account. 'Bunda Corla' is consistent with uploads and live features on her Instagram account so that her personal branding continues to be known by many people. The personal branding that he displays also has similarities with those that are displayed in public and behind the scenes. 'Bunda Corla' is someone who has high enthusiasm in living her life and 'Bunda Corla' has a positive impression so that she can make friends with anyone. At first, 'Bunda Corla' as an Instagram account was only for sharing moments. But Mother Corla saw an advantage in using social media that made her the best version of herself. As the mother of children, 'Bunda Corla' has an honest personality and continuously displays her personal branding to be known by her fans on her Instagram account @corla_2.

Keywords: *Instagram, Micro-Celebrity, Personal Branding, Semiotic Analysis*