

**ANALISIS ISI *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Oleh:

ELSE FLORENTA MANALU

1971650025



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

**ANALISIS ISI *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

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:

ELSE FLORENTA MANALU

1971650025



**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/>

PENYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Else Florenta Manalu
NIM : 1971650025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul "ANALISIS ISI *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK" 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, 12 Juli 2023



Else Florenta Manalu



**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

**"ANALISIS ISI *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK"**

Oleh:

Nama : Else Florenta Manalu
NIM : 1971650025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Public Relations

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, 12 Juli 2023

Menyetujui:
Pembimbing,

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si)
NIDN. 0327046804

Ketua Prodi
Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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



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



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

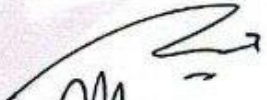


Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 12 Juli 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 : Else Florenta Manalu
NIM : 1971650025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ **ANALISIS ISI *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. Helen Diana Vida, S.sos., M.I.Kom	Sebagai Ketua	
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Anggota	
3. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 12 Juli 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 : Else Florenta Manalu
NIM : 1971650025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Analisis Isi *Personal Branding* Ibnu Wardani di Media Sosial TikTok

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 12 Juli 2023.

Jakarta, 12 Juli 2023

Ketua Sidang/Penguji I

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

Penguji II

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

Penguji III

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si)

Ketua Prodi
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 bertandatangan di bawah ini:

Nama : Else Florenta Manalu
NIM : 1971650025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : **Analisis Isi *Personal Branding* Ibnu Wardani di Media Sosial TikTok**

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 diperguruan 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 penulis/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.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 12 Juli 2023



Else Florenta Manalu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas seluruh rahmat dan kasih-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Isi *Personal branding* Ibnu Wardani di Media Sosial TikTok**” sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Selama belajar di program studi Ilmu Komunikasi, Fisipol UKI, penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dan diberi arahan, dukungan serta semangat oleh orang-orang disekitar penulis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluargaku tercinta: Bapak Minton Manalu, SKM., M. Kes dan Mama Bd. Rolina Sitanggung, S.Keb selaku Orang Tua yang tiada hentinya memberikan dukungan pendidikan, pembinaan, kepedulian, nasihat, motivasi serta doa. Untuk abang Adianto Andre Golota Manalu, kakak Meilan Alvionita Manalu, adik Ribka Devani Arista Manalu, dan adik Lilyana Aguilera Cinta Manalu, terima kasih atas doa dan dukungannya dengan penuh kasih sayang sehingga saya mampu menempuh pendidikan hingga saat ini.
2. Bapak Dr. Dhaniswara K. Hardjono, S.H., M.H., M.B.A., selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
3. Bapak Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. selaku pembimbing materi skripsi saya yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta pengarahan, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
6. Teman-teman saya yang senantiasa memberi dukungan dan bantuan kepada saya terutama untuk Whina, Elysa, Putri, Delinda Claudia dan juga kepada teman-teman angkatan 2019 Program Studi Ilmu Komunikasi
7. Teman-teman PSM UKI, terutama untuk Dazzling Diva angkatan 19. Terima kasih atas doa, dukungan dan memberikan semangat kepada penulis sehingga mampu menempuh pendidikan S1.
8. Teman wonderful woman yaitu Jessica, Sulis, Agatha. Terimakasih teman
9. Semua pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat saya sebutkan.
10. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah mempercayai diri sendiri dan telah melakukan semua kerja keras ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan Memberikati.

Demikianlah ucapan terimakasih yang dapat penulis buat. Kiranya penulisan laporan magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan Memberkati.

Jakarta, 12 Juli 2023

Else Florenta Manalu

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penelitian Terdahulu.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Personal branding</i>	19
2.2 Media Sosial.....	25
2.3 TikTok.....	29
2.4 Kerangka Teoritis.....	36
2.5 Kerangka Berpikir.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Pendekatan Penelitian.....	40
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
3.4 Metode Penelitian.....	42

3.5 Sumber Data	44
3.6 Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Teknik Interpretasi Data	50
3.9 Keabsahan Data	50
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil Ibnu Wardani	52
4.1.2 Profil Akun TikTok Ibnu Wardani @ibnuwardani	54
4.2 Sajian Data <i>Personal branding</i> Ibnu Wardani.....	59
4.3 Analisis Data	65
4.4 Analisis Karakteristik <i>Personal branding</i>	73
4.5 Interpretasi Data	76
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di dunia	4
Gambar 1.2 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna TikTok di Dunia	6
Gambar 1.4 Tangkapan layar Berita Ibnu Wardani Wardani	10
Gambar 1.5 Screenshoot Akun TikTok Ibnu Wardani Wardani, April 2023	12
Gambar 4.1 Ibnu Wardani	52
Gambar 4.2 <i>screenshoot</i> Video Pertama Akun TikTok @ibnuwardani.....	55
Gambar 4.3 Followers TikTok Terbanyak di Indonesia (29 Mei 2023)	56
Gambar 4.4 Akun TikTok @ibnuwardani	57
Gambar 4.5 akun TikTok @ibnuwardani terverifikasi	58
Gambar 4.6 Tangkap Layar TikTok @ibnuwardani Pada 30 Juni 2023.....	63
Gambar 4.7 Tangkap Layar TikTok @ibnuwardani Pada 30 Juni 2023	64
Gambar 4.8 Tangkap Layar TikTok @ibnuwardani pada 30 Juni 2023	65
Gambar 4.9 Akun TikTok Ibnu Wardani	67
Gambar 4.10 tangkapan layar kata “menarik” di video konten Ibnu Wardani	69
Gambar 4.11 tangkapan layar jumlah penonton terbanyak Ibnu Wardani	70
Gambar 4.12 Postingan akun TikTok Ibnu Wardani bersama Lita Hutami 2021- 2022	77
Gambar 4.13 Postingan akun TikTok Ibnu Wardani social experiment 2023	79
Gambar 4.14 Postingan akun TikTok Ibnu Wardani challenge 2023	81

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih memunculkan aplikasi media sosial. Salah satu aplikasi media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini adalah media sosial TikTok. Kehadiran media sosial TikTok digunakan untuk kegiatan pribadi bersaing dalam memperkenalkan atau memahami personal brand kepada masyarakat. Ibnu Wardani adalah pembuat konten yang menggunakan media sosial TikTok untuk kampanye *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *personal branding* Ibnu Wardani melalui media sosial TikTok @ibnuwardani. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan menggunakan berbagai aspek *personal branding* oleh Peter Montoya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi model Krippendorff. Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi waktu. Temuannya, Ibnu Wardani yang membangun *personal branding* melalui akun TikTok @ibnuwardani dianggap sebagai pembuat konten yang memiliki konten interaktif seperti terlihat pada konten yang diunggah, yang memuat berbagai video tentang konten kebersamaan bersama Lita Hutami dan *Giveaway*/ konten eksperimen sosial. Ibnu Wardani kerap mengajak para pengikutnya untuk berpartisipasi aktif dengan memberikan komentar pada unggahannya atau merekomendasikan ide konten. Dalam konten yang diunggah, peneliti menemukan bahwa *personal branding* yang ditampilkan Ibnu Wardani didukung oleh konsep pembentukan *personal branding* yang dikemukakan oleh Peter Montoya yaitu spesialisasi dan keteguhan.

Kata kunci: *Personal branding*, Analisis Isi, TikTok.

ABSTRACT

Social media applications are the result of communication technology becoming more and more advanced. TikTok is currently one of the most widely used social media platforms among Indonesians. TikTok social media is utilized for individual actions in competitions to present or comprehend personal brands to the general audience. Content creator Ibnu Wardani runs personal branding efforts on TikTok social media. This study attempts to characterize Ibnu Wardani's social media presence on TikTok under the handle @ibnuwardani. A qualitative descriptive content analysis method is employed in this study. A variety of facets of Peter Montoya's personal brand were included in the analysis. The methods of data collecting that are employed are recording and observation. Krippendorff model content analysis is the method of data analysis that was applied. The time triangulation technique was employed in this study in order to assess the validity of the data. The research revealed that Ibnu Wardani, who developed his personal brand on TikTok with the account @ibnuwardani, was regarded as a content creator with interactive material because of the videos he shared about togetherness with Lita Hutami and giveaway/social experiment content. Ibnu Wardani frequently asks his fans to get involved by leaving comments on his uploads or suggesting ideas for new content. Researchers discovered that Ibnu Wardani's personal branding in the uploaded content was consistent with Peter Montoya's idea of personal branding formation, which emphasizes expertise and determination.

Keywords: Personal branding, Content Analysis, TikTok.