

**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN *PERSONAL*
BRANDING INFLUENCER: STUDI PADA AKUN
INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET**

SKRIPSI

Oleh :

ANGEL BUTAR - BUTAR

1971650038



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN *PERSONAL*
BRANDING INFLUENCER: STUDI PADA AKUN
INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET**

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 :

ANGEL BUTAR - BUTAR

1971650038



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angel Butar - Butar

NIM : 1971650038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING INFLUENCER* : STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi 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.

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

Jakarta, 3 Juli 2026



Angel Butar Butar



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
"INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING*
***INFLUENCER* : STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET"**

Oleh:

Nama : Angel Butar Butar

No. Induk Mahasiswa : 1971650038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Public Relations

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 3 Juli 2026

Menyetujui,

Pembimbing

(Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si)

NIDN: 308096504

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dekan,

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

NIDN: 0306108902



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

NIDN: 0314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

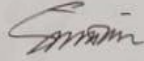
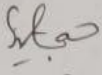
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fsipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 3 Juli 2026 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 : Angel Butar Butar
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING INFLUENCER* : STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si	Sebagai Ketua	
2. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom	Sebagai Anggota	
3. Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si	Sebagai Anggota	

Jakarta, 3 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Angel Butar Butar
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN
PERSONAL BRANDING INFLUENCER : STUDI PADA
AKUN INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada
tanggal 3 Juli 2026

Jakarta, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Ketua Sidang/ Penguji I

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

Penguji II

Penguji III

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom)

(Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Angel Butar - Butar
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650038
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : *INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN
PERSONAL BRANDING INFLUENCER : STUDI PADA
AKUN INSTAGRAM @ANEZ_SCARLET*

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 Noneksklusif 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 pemilik 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, 3 Juli 2026

Yang menyatakan,

Angel Butar - Butar

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kasih-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang dengan judul “Instagram Sebagai Media Pembentukan *Personal branding Influencer*: Studi Pada Akun Instagram @Anez_Scarlet”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak tantangan, hambatan, serta keterbatasan yang dihadapi. Namun, berkat dukungan, doa, bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas Rahmatnya dan Karunianya di dalam hidup penulis dan Keluarga.
2. Orang tua dari Angel Butar – Butar, Mama Tercinta, T.Sirait, satu – satunya pelita hidup penulis yang kehebatannya tak mampu diukur dengan kata – kata. Terima kasih karena dalam kesabaran Mama, Mama tetap berdiri teguh memastikan penulis dapat melangkah sejauh ini. Doa malam mama adalah alasan penulis kuat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah menjadi mama yang teramat baik. *Love u supermom*, sehat dan Bahagia selalu mama. Dedikasi ini juga penulis mempersembahkan Ayah Tercinta, E. Butar – Butar, yang perjuangan hidupnya akan selalu hidup di hati penulis. Setiap tetes keringat Ayah dan Mama korbakan kini menjelma menjadi semangat penulis untuk menyelesaikan babak akhir akademik ini.
3. Opa Tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta menjadi tempat berbagi selama proses penyusunan skripsi.
4. Sunengsih D. Simatupang S,S., M.Si Dosen Pembimbing yang telah memberikan penulis dukungan dan dorongan yang besar untuk mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.

5. *Last but not least*, Terima kasih untuk diri sendiri Angel Br Butar – Butar. Terima kasih karena mau belajar, dan berusaha memberikan yang terbaik di setiap langkah serta tetap terbuka dengan hal – hal yang terbaru yang sebelumnya mungkin terasa asing dan tidak mudah. Kini, semua proses itu terbayar ketika karya tugas akhir ini berhasil diselesaikan dengan baik. Ini bukan hanya tentang pencapaian akademik, tapi juga bagaimana bertumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat. Pencapaian ini mungkin ditulis hari ini oleh penulis yang sekarang, namun kelak akan dibaca dengan rasa bangga oleh diri penulis di masa depan sebagai pengingat bahwa segala perjuangan ini layak diperjuangkan, dan penulis telah melakukannya dengan baik

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai Pembentukan *Personal branding Influencer* serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 22 Juni 2026
Penulis,

Angel Butar - Butar

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Sosial	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
1.1 Landasan Teori.....	10
1.1.1 Pengertian Komunikasi	10
1.1.2 Bentuk Komunikasi	10
1.1.3 Media Sosial	11
1.1.4 Instagram.....	12
1.1.5 Influencer	14
1.1.6 Personal Branding.....	15
1.2 Karakteristik Personal Branding	17
1.3 Kerangka Berpikir	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4.1 Observasi.....	22
3.4.2 Wawancara	23
3.4.3 Dokumentasi.....	23
3.5 Teknik Analisis Data	24

3.6 Teknik Interpretasi Data	24
3.7 Keabsahan Data.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	26
4.1 Gambaran Umum	26
4.2 Pemanfaatan Fitur Instagram	27
4.3 Proses Pembentukan Personal Branding	29
4.4 Pembentuk Personal Branding Anez Scarlet	30
4.5 Pembahasan.....	32
4.6 Interpretasi Data	34
BAB V PENUTUP.....	36
5.1 Kesimpulan	36
5.1.1 Saran Akademis.....	36
5.1.2 Saran Praktis.....	36
5.1.3 Saran Sosial	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 jumlah pengguna instagram 2024.....	2
Gambar 1.2 Anez sedang bekerja di dalam rumahnya.....	4
Gambar 1.3 Foto endorsement pertama kali Anez.....	5
Gambar 2.2 Sumber olahan penulis 2026.....	20
Gambar 4.1.1 Profil Akun Instagram @Anez_Scarlet.....	27



ABSTRAK

Anez Scarlet Merupakan salah satu *influencer* yang awalnya seorang karyawan Departemen di perusahaan Jakarta. Namun, pada tahun 2020 berhenti berkerja dikarenakan tidak sesuai apa yang dia inginkan. Dan memulai hidupnya yang baru sebagai *influencer* pada tahun 2021. Saat ini, Anez Scarlet aktif di instagram sebagai *influencer* yang membagikan konten *traveling* dan *endorsement* makanan, skincare, tempat *hype*. Sekarang pilihannya adalah *influencer* yang memiliki banyak pengikut pada akun instagramnya sehingga menjadikan dirinya sebagai *influencer* menarik untuk diteliti lebih lanjut terutama terkait pembentukan *personal branding* di instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana instagram dimanfaatkan oleh Anez Scarlet dalam pembentukan *personal branding* berdasarkan delapan konsep *personal branding* Peter Montoya, yaitu *The Law of Specialization*, *The Law of Leadership*, *The Law of Personality*, *The Law of Distinctiveness*, *The Law of Visibility*, *The Law of Unity*, *The Law of Persistence*, dan *The Law of Goodwill*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara, observasi terhadap akun instagram Anez Scarlet, dan dokumentasi. Melalui teori delapan konsep utama dari Peter Montoya, dapat disimpulkan bahwa Anez Scarlet telah berhasil membangun setiap konsep dan mengelola *personal branding* di media sosial instagram dan telah memenuhi setiap konsep teori tersebut. Dari konten Anez Scarlet di instagram terkait dengan *personal branding* yang ditunjukkan oleh Anez Scarlet hanya sebagai *influencer* yang aktif di media sosial instagram.

Kata Kunci : *Personal branding, Influencer, Instagram*

ABSTRACT

Anez Scarlet is an influencer who was formerly a corporate employee in Jakarta. She left her job in 2020 because it did not align with her aspirations and subsequently embarked on a new career as an influencer in 2021. Currently, she is active on Instagram, sharing content related to travel, food endorsements, skincare, and trendy hotspots. Her significant following makes her a compelling subject for further study, particularly regarding the development of her personal brand on the platform. This study aims to examine how Anez Scarlet utilizes Instagram to build her personal brand based on Peter Montoya's eight concepts of personal branding: the Law of Specialization, the Law of Leadership, the Law of Personality, the Law of Distinctiveness, the Law of Visibility, the Law of Unity, the Law of Persistence, and the Law of Goodwill. The research employs a qualitative method with a phenomenological approach. Data were gathered through interviews, observation of Anez Scarlet's Instagram account, and documentation. Based on Montoya's eight key concepts, it is concluded that Anez Scarlet has successfully established and managed her personal brand on Instagram, effectively embodying each of the theoretical concepts. The content she shares reflects a personal brand centered on her identity as an active Instagram influencer.

Keywords: Personal branding, Influencer, Instagram