

**PERSONAL BRANDING INFLUENCER FASHION TRADISIONAL MELALUI
APLIKASI TIKTOK**

(Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh :

Zulfa Mufidah Az Zahra

202110040311298

Dosen Pembimbing : Dr. Joko Susilo, M.Si.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Zulfa Mufidah Az Zahra

202110040311298

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

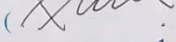
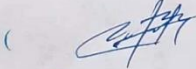

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 19 Maret 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si** ()
2. **Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom** ()
3. **Dr. Joko Susilo, M.Si** ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khalafur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PENGESAHAN

PERSONAL BRANDING INFLUENCER FASHION TRADISIONAL MELALUI
APLIKASI TIKTOK (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

Diajukan Oleh :

ZULFA MUFIDAH AZ ZAHRA

202110040311298

Telah disetujui
Rabu / 19 Maret 2025

Pembimbing I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Wakil Dekan I



Najamuddin Kholiqur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Zulfa Mufidah Az Zahra
NIM : 202110040311298
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi Tik Tok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Joko Susilo, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Zulfa Mufidah Az Zahra
No. Induk Mahasiswa : 202110040311298
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi TikTok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 06 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Zulfa Mufidah Az Zahra

NIM : 202110040311305

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi TikTok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 06 Maret 2025

Yang Menyatakan,



Zulfa Mufidah Az Zahra



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi Tik Tok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

Oleh:

Nama : Zulfa Mufidah Az Zahra

NIM : 202110040311298

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 06 Maret 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Joko Susilo, M.Si.

NIP.10397090342



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : ZULFA MUFIDAH AZ ZAHRA

NIM : 202110040311298

Hasil Plagiasi : $\frac{10}{3}$

BAB I	8			
BAB II	2			
BAB III	15			

$\frac{10}{3}$

BAB IV	9			
BAB V	1			
BAB VI	9			

Malang, 10 MEI 2025

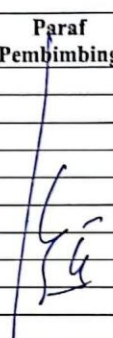
Admin Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Berita Acara Pembimbingan SKRIPSI

Nama Lengkap : Zulfa Mufidah Az Zahra
Nim : 202110040311298
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Penelitian : Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi TikTok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
20/04/2024	ACC Judul dengan Pembimbing	
04/05/2024	Konsultasi dan revisi bab 1 dan 2	
30/05/2024	Konsultasi dan revisi bab 3	
28/06/2024	Seminar Proposal	
23/10/2024	Konsultasi bab 4	
18/12/2024	Revisi dan konsultasi bab 1, 2, 3, dan 4	
28/12/2024	Konsultasi bab 4, 5 dan 6	
10/02/2025	Revisi bab 4, 5, dan 6	
13/02/2025	Acc untuk Seminar Hasil	
27/02/2025	Seminar Hasil	

Malang, 27 Februari 2025

Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari ini, Kamis tanggal 27 Februari 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Zulfa Mufidah Az Zahra
NIM	202110040311298
Konsentrasi Studi	Jurnalistik
Judul Skripsi	Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi TikTok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin).

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

1. Dosen Penguji: Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.
2. Dosen Pembimbing: Dr. Joko Susilo, M.Si.

Dan sejumlah 16 Mahasiswa dengan daftar hadir terlampir.

Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Dosen Penguji



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

Mengetahui

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si

LAMPIRAN DAFTAR HADIR

NO	Waktu	Nama	NIM
1	27/02/2025	Siti Fika Maidina P.	202110040311305
2	27/02/2025	Firda Nita Nindi S.	202010040311276
3	27/02/2025	Adinda Fitri Annisa	202110040311140
4	27/02/2025	Leqsi Aprilia Putri	202010040311139
5	27/02/2025	Dita Khusna Marzuqoh	202110040311123
6	27/02/2025	Ummi Kulsum	202110040311293
7	27/02/2025	Puput Alia Rohali	202110040311323
8	27/02/2025	Fany Amelia Putri Yuliana	202110040311253
9	27/02/2025	Annisa Dwi Elfiyanti	202110040311206
10	27/02/2025	Yoga Kania Cintya Putri	202110070311016
11	27/02/2025	Melinda Firdayanti	202110360311089
12	27/02/2025	Azzahra Jea Amelia	202110040311163
13	27/02/2025	Erfin Putri Ramadhani	202110040311397
14	27/02/2025	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396
15	27/02/2025	Hafidz Janu Tedja Sakti	202110040311005
16	27/02/2025	Ariana Raisa	202110040311328

ABSTRAK

Zulfa Mufidah Az Zahra, 202110040311298, "Personal Branding Influencer Fashion Tradisional melalui Aplikasi TikTok (Analisis isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)". 8 Buku, 22 Jurnal, 4 Website.

Kata Kunci : *Personal Branding, Influencer, Media Sosial, TikTok, Rania Yamin.*

Rania Maheswari Yamin atau akrab dengan nama Rania Yamin merupakan *influencer* di media sosial *TikTok* dengan nama akun @raniaayamin. Nama Rania Yamin semakin dikenal berkat gaya berbusana tradisional yang dibagikan dalam bentuk konten video pada akun *TikTok*. Fashion dari Rania Yamin menjadi sorotan audiens, sebab gaya berbusananya yang menggabungkan pakaian tradisional dengan mode kontemporer.

Peneliti menggunakan teori *The Eight Law of Personal Branding* oleh Peter Montoyo dengan delapan konsep *Personal Branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif dan dasar penelitian analisis isi kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dalam bentuk *screenshot* melalui akun *TikTok* @raniaayamin dengan konten yang mengandung pemakain fashion tradisional berupa kain dan kebaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rania Yamin melalui akun *TikTok* @raniaayamin telah membentuk dan menerapkan teknik *Personal Branding The Law of Specialization, The Law of Leadership, dan The Law of Persistence*. *Personal Branding* Rania Yamin menunjukkan bahwa dirinya seorang *influencer* yang memiliki keunggulan dalam mengola konten dengan narasi dan ciri khas pada fashion tradisional, budaya Jawa, dan latar belakangnya sebagai keturunan keraton.

Malang, 15 Februari 2025

Penulis



Zulfa Mufidah Az Zahra

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan atas kelancaran, kesehatan, dan kemudahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “*PERSONAL BRANDING INFLUENCER FASHION TRADISIONAL MELALUI APLIKASI TIKTOK (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @raniaayamin)*”. Skripsi ini ditulis dengan tujuan dalam rangka memenuhi dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sebab keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam penyusunan skripsi, serta penulis banyak memperoleh bantuan, dukungan, arahan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Maka dengan itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ucapan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT karena telah melimpahkan kasih sayang, kesehatan, kelancaran dan kemudahan kepada penulis dalam proses penyusunan dan penyelesaian tugas akhir dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE, M.Si, Ph.D selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
4. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
5. Kepada Bapak Dr. Joko Susilo, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, dukungan dan meluangkan waktu dalam membimbing skripsi penulis. Serta kepada Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si. selaku dosen penguji seminar hasil yang telah memberikan masukan-masukkan untuk skripsi penulis, sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak bimbingan, ilmu, motivasi, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Kepada yang terkasih, ayah dan ibu penulis. Terima kasih atas segala doa, cinta, dukungan, dan tenaga yang telah dikeluarkan untuk penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan keringat yang telah kedua orang tua penulis keluarkan untuk segala

kebutuhan dan kebahagiaan penulis. Terima kasih karena telah menjadi orang tua yang selalu memberikan dukungan dan kepercayaan kepada putri satu-satunya.

8. Kepada Siti Fika Maidina, Dita Khusna, Adinda Fitri, Leqsi Aprilia, dan Hafidz Janu yang sudah sangat berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir penulis, terima kasih selalu memberikan bantuan, semangat, dukungan, motivasi untuk sama-sama menyelesaikan skripsi. Penulis ucapan terima kasih kepada teman-teman praktikum Jurnalistik dan teman-teman kuliah penulis yang telah menemani dan berjuang dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Kepada staff, pustakawan, dan teman-teman *partime* penulis di Perpustakaan UMM, terima kasih atas dukungan, energi positif untuk penulis, terima kasih telah menemani penulis, dan memberikan tempat ternyaman di perpustakaan untuk penulis menyelesaikan skripsi.
10. Terakhir, ucapan terima kasih kepada Zulfa Mufidah Az Zahra karena telah berjuang hingga berada di titik ini, atas kerja keras yang sudah dilakukan. Terima kasih untuk tidak menyerah, bertahan dan mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi, dan terima kasih karena sudah yakin kepada diri sendiri. *You did well!*.

Walaikumsalam Wr. Wb

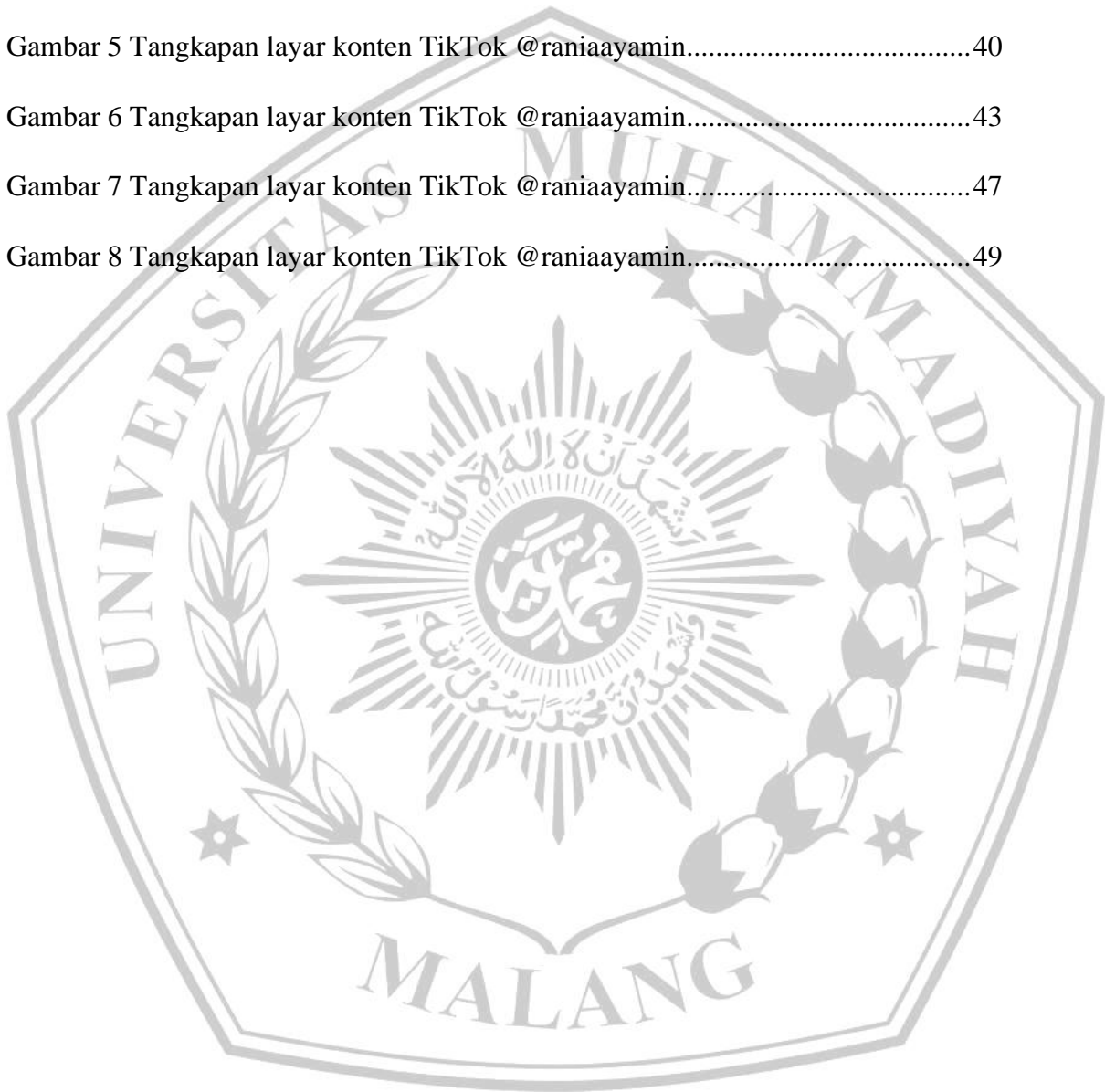
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR PUSTAKA	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Media Baru	7
2.2 Media Sosial	8
2.3 Media Sosial <i>TikTok</i>	9
2.3.1 Fitur <i>TikTok</i>	11
2.4 <i>Influencer</i>	18
2.5 <i>Personal Branding</i>	19
2.6 Analisis Isi	24
2.7 Penelitian Terdahulu	25
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	28
3.3 Objek dan Sumber Penelitian	29
3.4 Unit Analisis	30
3.5 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.6 Kategorisasi	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
BAB 1V	34
PROFIL DAN GAMBARAN UMUM	34
4.1 Gambaran Umum	34
4.1.1 Tentang Rania Yamin.....	34
4.1.2 Gambaran Umum Akun <i>TikTok</i> dan Konten @raniaayamin.....	35
BAB V	37
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	37
5.1 Sajian Data <i>Personal Branding</i> Konten Rania Yamin pada <i>TikTok</i> @raniaayamin	37
1. Waktunya Rania Bercerita!	37
2. Makeup Khusus Kacamataan.....	40
3. Makeup sambil Cerita-cerita	43
4. Mewakili <i>Event</i> Istana Berbatik	47
5. Jalan-jalan di Kota Tua.....	49
5.2 Pembahasan.....	52
1. <i>The law of specialization</i> (spesialisasi)	54
2. <i>The law of leadership</i> (Kepemimpinan).....	57
3. <i>The law of Distinctiveness</i> (Perbedaan)	58
BAB VI	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran	60
LAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Media Sosial Paling Banyak Diakses	2
Gambar 2 Foto Profil Rania Yamin	34
Gambar 3 Akun TikTok @raniaayamin	35
Gambar 4 Tangkapan layar konten TikTok @raniaayamin.....	37
Gambar 5 Tangkapan layar konten TikTok @raniaayamin.....	40
Gambar 6 Tangkapan layar konten TikTok @raniaayamin.....	43
Gambar 7 Tangkapan layar konten TikTok @raniaayamin.....	47
Gambar 8 Tangkapan layar konten TikTok @raniaayamin.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Sajian Konten Analisis.....	30
Tabel 2 Kategorisasi Berdasarkan Aspek <i>Personal Branding</i> @raniaayamin	31
Tabel 3 Analisis Video Konten @raniaayamin	38
Tabel 4 Analisis Video Konten @raniaayamin	41
Tabel 5 Analisis Video Konten @raniaayamin	44
Tabel 6 Analisis Video Konten @raniaayamin	47
Tabel 7 Analisis Video Konten @raniaayamin	50
Tabel 8 Jumlah Keseluruhan Aspek <i>Personal Branding</i> @raniaayamin	52



DAFTAR PUSTAKA

- Aqshalnawitri, D., Reanata, D. M., & Santika, N. A. (2023). Analisis Pelaksanaan Event Workshop Pentingnya Membangun Personal Branding di Media Sosial. *JSI Jurnal Sosiologi Indonesia*, 2(1), 1–6.
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5980–5989.
- Clara Sari, A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Fatihatur Rohmah, D., & Legowo, M. (2022). Fenomena Lunturnya Tradisi Jawa Dalam Bidang Fashion Akibat Modernisasi. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2), 69–74. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.40>
- Fitria, F., & Wahyuningsih, N. (2019). Kebaya Kontemporer Sebagai Pengikat Antara Tradisi Dan Gaya Hidup Masa Kini. *Jurnal ATRAT*, 7, 128–138.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cm.v5i2.1278>
- Hukum, C. J., Malahayati, C., & Puspasari, C. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Pada Akun Tiktok @ Kingkevin _. 3(2), 537–545.
- Karina, M. K. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram di Sosial Media Instagram. *Jurnal Ilmiah Humas & Media Kontemporer*, 1(1), 11–24. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/madia/article/view/3033>
- Krismi Wulan. (n.d.). *Trend Berkain: Fashion Tradisional Jadi Gaya Sehari-hari*. <https://www.rri.co.id/lain-lain/1349026/trend-berkain-fashion-tradisional-jadi-gaya-sehari-hari>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.

- Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun @veliaveve). *Koneksi*, 6(2), 398–407. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15779>
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01–10. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.357>
- Prayuda Barsan, O., Alfani, H., & Wuladari, S. (2020). PERUBAHAN PILIHAN DALAM MENGAKSES TAYANGAN MEDIA INFORMASI DARI MEDIA STREAMING KE MEDIA DIGITAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA LUNGGAIAN KECAMATAN LUBUK BATANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU) Changes in Choices in Accessing Information Shows from Mainst. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 01(02), 130–139. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/index>
- Prof. Dr. H. Afifuddin, M. M., & Beni, Drs. Ahmad Saebani, M. S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. PUSTAKA SETIA.
- Putri, E. M., & Febriana, P. (2023). Tiktok New Media Analysis as Personal branding (Qualitative Description Study on Tiktok Account @Vmuliana). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2517–2524. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1399>
- Putri, M. K. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer Generasi Z Terhadap Minat Beli Kebaya Pada Followers Tiktok @ raniaayamin*. 2(2), 125–133.
- Rachmat Kriyantono, P. D. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika*, 10(02), 425–436. <https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1406>
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Andi.Link. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette
- Rizana, A. H., Sumartias, S., & Mirawati, I. (2024). *Revitalizing kebaya in the digital era : Qualitative analysis of Rania Yamin ' s TikTok*. 9(1), 1–25.
- Rizma, F. (2024). *Muncul Kebaya Korean Style? Beginilah Tanggapan Waganet*. Memorandum.Disway.Id. <https://memorandum.disway.id/read/99385/muncul-kebaya->

korean-style-beginilah-tanggapan-waganet

- Sahara, S. F. (2024). *PERSONAL BRANDING INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi Pesan Personal Branding pada akun @shaturday)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Trismaya, N. (2019). Kebaya Dan Perempuan: Sebuah Narasi Tentang Identitas. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 6(2), 151–159. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v6i2.41>
- Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 146–164. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.13678>
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1), 1–16.
- Wijaya, M. H. dwi, & Mashud, M. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(2), 170–191. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>