

PERSONAL BRANDING COKI PARDEDE MELALUI MEDIA INSTAGRAM

(Analisis isi pada akun @cokipardedebebas)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Fardien Akmal Shevamajid

NIM 202110040311196

Dosen Pembimbing :

Isnani Dzuhrina, M.Adv

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Fardien Akmal Shevamajid
202110040311196

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan




L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 1 Oktober 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M.Si.** ()
2. **Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.** ()
3. **Isnani Dzuhrina, M.Adv.** ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


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

LEMBAR PENGESAHAN

PERSONAL BRANDING COKI PARDEDE MELALUI MEDIA INSTAGRAM
(Analisis isi pada akun @cokipardedebebas)

Diajukan Oleh :

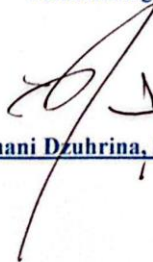
Fardien Akmal Shevamajid

202110040311196

Telah disetujui

Rabu / 1 Oktober 2025

Pembimbing I



Isnani Dzuhrina, M.Adv.

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Lembar Persetujuan Skripsi



Nama : Fardien Akmal Shevamajid

NIM : 202110040311196

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Judul Skripsi : *Personal Branding* Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)

Disetujui,

Pembimbing

(Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv)

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 531 253 (Hunting)
F. +62 341 463 435

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. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 483 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Fardien Akmal Shevamajid
NIM : 202110040311196
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 20 Agustus 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Burangus I Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 200 (Hunting)
F. +62 341 866 435

Kampus II

Jl. Gedungpuri Sukani No. 158 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tuguasri No. 768 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umma.ac.id

SURAT PERNYATAAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Fardien Akmal Shevamajid
No. Induk Mahasiswa : 202110040311196
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Personal Branding Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)*

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

Malang ,20 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhriana, S.Sos, M.Adv



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P +62 341 557 253 (Hunting)
F +62 341 460 430

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 186 Malang Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Hunting)
F +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 248 Malang Jawa Timur
P +62 341 404 318 (Hunting)
F +62 341 403 433
E. webmaster@um.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Fardien Akmal Shevamajid

NIM : 202110040311196

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 Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)

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, 20 Agustus 2025

Yang Menyatakan,

Fardien Akmal Shevamajid



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

Kampus II
Jl. Beroelangan Sutani No. 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raja Thoremas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@urim.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 Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)*

Oleh:

Nama : Fardien Akmal Shevamajid

NIM : 202110040311196

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 20 Agustus 2025

Pembimbing I/Promotor

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

NIP.10306140439



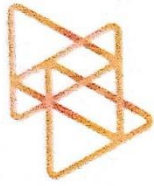
(* Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Bendayan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 466 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Fardien Akmal Sheva Majid

NIM : 202110040311196

Hasil Plagiasi : 25/8

BAB I	18			
BAB II	7			
BAB III	9			

BAB IV	1			
BAB V	4			
BAB VI				

Malang, 25 Agustus 2025

Admin Plagiasi Prodi,

PROGRAM STUDI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Fardien Akmal Shevamajid
2. NIM : 202110040311196
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : *Personal Branding Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)*
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
17/09/24	Konsultasi Fenomena atau Topik penelitian	
08/10/24	Konsultasi Draft Proposal	
25/03/25	Konsultasi Hasil Revisi Proposal	
17/04/25	Seminar Proposal	
01/05/25	Konsultasi Instrumen Penelitian	
15/05/25	Penelitian Lapangan	
17/06/25	Konsultasi Bab IV dan V	
15/07/25	Konsultasi Bab IV, V dan VI	
05/08/25	Acc untuk Seminar Hasil	
14/08/25	Seminar Hasil	

Malang, 20 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Gerbang Selatan No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 583 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 14 Agustus 2025
Pukul 15.30 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Fardien Akmal Shevamajid
NIM	202110040311196
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	<i>Personal Branding Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)</i>
Pembimbing	Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv
Dosen Penguji 1	Dr. Farid Rusman, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 25 Mahasiswa
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS

Malang, 20 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Dosen Penguji,

Dr. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi.

Nasrullah, 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 Sidani No 18B Malang Jawa Timur
P: +62 341 531 149 (Hunting)
F: +62 341 582 069

Kampus III

Jl. Raya Topomas No 246 Malang Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama Lengkap	NIM	Instansi	Program Studi
1	Gerry Maulana Satriani	202110040311176	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
2	Khresna Adzan Trianto	202110040311186	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
3	Muhammad Fauzan Revina Praditama	202110040311089	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
4	M. Chafid Mubasyir	202110040311421	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
5	Ananda Wahyu K.N	202110040311173	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
6	Hafizh Arief Bassam Muhammadiyah	202110040311094	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
7	Dimas Handaru	202110040311217	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
8	Raul Gonzalez	202110040311197	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
9	Rayyan Pilardy	202110040311192	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
10	Muhammad Rizki Tegar Pamungkas Ashari	202110040311183	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
11	Tiara Rizki Amalia	202110040311527	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
12	Poetri Sekar Kinanthi	202110040311067	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
13	Nabila Nadyatma	202110040311072	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
14	Salsabila Khairunnisa	202110040311099	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
15	Marsa Hisanah Nafisabi	202110040311393	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
16	Arit Imaniah	202110040311063	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
17	Adrian Tistantio	202110040311457	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
18	Risky Lestari	202110040311071	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
19	Erfina Putri Ramadhani	202110040311397	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
20	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi



Kampus I

Jl. Sekeloa 1 Malang Jawa Timur
T: +62 341 521 252 (Bundling)
F: +62 341 460 430

Kampus II

Jl. Perdikarya Salsara No 100 Malang Jawa Timur
T: +62 341 531 140 (Bundling)
F: +62 341 583 000

Kampus III

Jl. Raya Tumpang No 240 Malang Jawa Timur
T: +62 341 424 318 (Bundling)
F: +62 341 407 835
E: web@um-malang.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



21	Halizatul Viyas	202110040311399	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
22	Shinta Nur Wahyuningtyas	202110040311394	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
23	Almira Putri Pramudita	202110040311125	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
24	Bryan Faustairgi Y.P	210400704150	Universitas Negeri Surabaya	Ilmu Hukum
25	Bintang Widura K.N	230811608776	Universitas Negeri Malang	Psikologi

Malang, 20 Agustus 2025
Pembimbing,

Isnani Dzuhrina/ S.Sos, M.Adv



Kampus I
Jl. Bardono 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beroedingan Sitawo No. 106 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 149 (Kampus)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tangem No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 454 318 (Kampus)
F: +62 341 453 433
E: wabmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Fardien Akmal Shevamajid. NIM. 202110040311196. *Personal Branding Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)*. Edisi 2025. Skripsi.

Perkembangan media sosial di era digital menjadikannya sebagai sarana penting dalam membangun citra diri, terutama bagi figur publik. Instagram sebagai platform visual memungkinkan seseorang untuk menampilkan identitas diri secara konsisten kepada audiens.

Salah satu tokoh yang aktif memanfaatkan media ini adalah Coki Pardede, seorang komedian yang dikenal melalui gaya humor yang unik dan sering kali kontroversial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bentuk pesan personal branding Coki Pardede melalui akun Instagram @cokipardedebebas.

Teori yang digunakan mengacu pada delapan konsep personal branding dari Peter Montoya, yakni spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan maksud baik. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Data diperoleh dari 109 unggahan yang diambil dalam rentang waktu 28 November 2022 hingga 31 Maret 2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya lima konsep yang tampak dominan, yaitu spesialisasi, kepribadian, perbedaan, kenampakan, dan kesatuan. Tiga konsep lainnya tidak muncul secara jelas dalam konten yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa personal branding Coki Pardede dibentuk melalui ciri khas yang konsisten, gaya yang membedakan dirinya dari yang lain, serta keselarasan antara citra di media sosial dan persona aslinya.

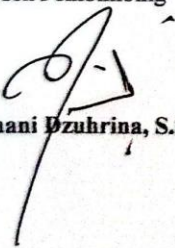
Kata Kunci: personal branding, Instagram, media sosial, Coki Pardede, analisis isi.


Mengetahui

Malang, 20 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Peneliti


Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv


Fardien Akmal Shevamajid

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala rasa puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan ridho serta pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya dalam penulisan skripsi ini. Tak lupa salam ditujukan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam sebagai suri tauladan yang menginspirasi umat. Alhamdulillah hirabbil'alamin, penulis ucapkan atas selesainya skripsi ini yang berjudul **“Personal Branding Coki Pardede Melalui Media Sosial (Analisis isi pada akun Instagram @cokipardedebebas)”**.

Pada proses penyusunan skripsi ini, terdapat suka maupun duka yang penulis rasakan untuk mendapatkan gelar sarjana yang membanggakan. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa tanpa henti. Oleh karenanya, peneliti ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada:

1. Ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada Allah SWT atas segala pertolongan, kemudahan, dan kelancaran saat proses penyusunan skripsi, serta karunia dan kehendaknya hingga penulis berhasil mendapatkan gelar sebagai seorang sarjana.
2. Kepada Ayah, Abdul Majid. Terimakasih atas usaha dan segala jerih payah yang telah diberikan. Sikap pantang menyerah, berani, kuat dan gigih memberikan motivasi yang sangat amat besar bagi penulis untuk terus berjuang hingga mampu mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih telah terus memberikan dukungan dan contoh bagi penulis.
3. Kepada Ibu, Siti Asiyah. Terimakasih atas semua peranmu yang sungguh luar biasa, selalu mendukung penulis dikala suka dan duka. Terimakasih telah menjadi tempat mencurahkan kesedihan penulis dimasa perkuliahan. Terimakasih atas semua nasihat yang telah diberikan. Terimakasih atas semua kasih sayang yang telah diberikan, sehingga penulis mampu mendapatkan gelar sarjana.
4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang
6. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Ibu Isnani Dzuhrina, M.Adv selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
9. Kepada teman-teman BERKAH RAMADHAN semuanya yang telah menemani penulis dari awal masuk masa perkuliahan, menemani masa suka dan duka menghadapi kehidupan di Malang, menemani mengerjakan penelitian hingga peneliti mendapatkan gelar sarjana.
10. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan tugas akhir skripsi dan pada proses perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.
11. Terakhir tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri, Fardien Akmal Shevamajid yang berhasil melewati semua rintangan dimasa perkuliahan, *overthinking*, kegelisahan, semua rasa sakit dan kesedihan, hingga mampu berjuang hingga akhir.

Penulis berharap, penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, meskipun disadari bahwa penelitian ini belum cukup sempurna serta memiliki banyak kekurangan.

Malang, 26 Agustus 2025

Penulis,

Fardien Akmal Shevamajid

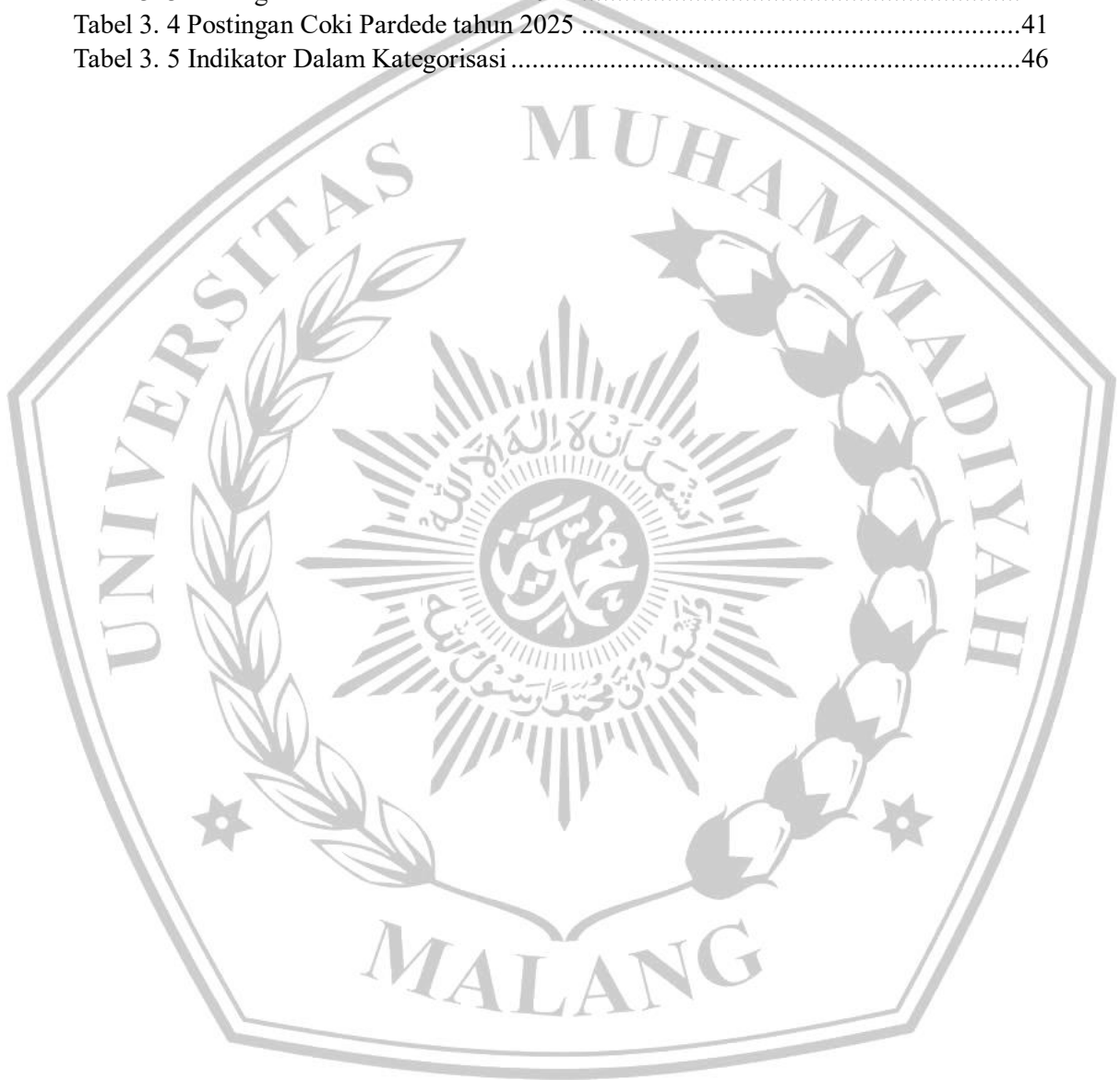
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	v
SURAT PERNYATAAN SIAP DIUJI	vi
SURAT PERNYATAAN.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	xi
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xii
ABSTRAK.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1. Manfaat Akademis	5
2. Manfaat Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Instagram Sebagai Media Komunikasi Massa.....	7
2.1.1 Komunikasi	7
2.1.2 Komunikasi Massa.....	8
2.1.3 Instagram Sebagai Media Baru Komunikasi Massa.....	14
2.2 Macam Macam Sifat Pesan Komunikasi Dalam Instagram	18
2.3 Pesan Personal Branding	21
2.3.1 Pesan <i>Personal Branding</i> Verbal.....	29
2.3.2 Pesan <i>Personal Branding</i> Non-Verbal	30
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III.....	35

METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Tipe Penelitian	36
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.6 Sumber Data	42
1. Primer	42
2. Sekunder	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
1.1 Observasi.....	43
2.1 Dokumentasi	44
3.1 Studi Pustaka	44
3.8 Struktur Kategorisasi.....	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	47
3.10 Uji Keabsahan Data.....	49
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum.....	52
2.1.4 Profil Coki Pardede.....	52
2.1.5 Profil Akun Instagram @cokipardedebebas	55
7.1 Sajian Data <i>Personal Branding</i> Coki Pardede Melalui Media Sosial Instagram	57
4.2.1 The Law of Specialization (Spesialisasi)	57
4.2.2 The Law of Personality (Kepribadian).....	63
4.2.3 The Law of Distinctiveness (Perbedaan)	68
4.2.4 The Law of Visibility (Terlihat).....	72
4.2.5 The Law of Unity (Kesatuan).....	77
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 Personal Branding.....	82
BAB V.....	100
PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	106

Daftar Tabel

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Postingan Coki Pardede tahun 2022	37
Tabel 3. 2 Postingan Coki Pardede tahun 2023	39
Tabel 3. 3 Postingan Coki Pardede tahun 2024	41
Tabel 3. 4 Postingan Coki Pardede tahun 2025	41
Tabel 3. 5 Indikator Dalam Kategorisasi	46



Daftar Gambar

Gambar 3. 1 Akun Instagram @cokipardedebebas	42
Gambar 4. 1 Coki Pardede.....	51
Gambar 4. 2 Akun Instagram @cokipardedebebas	54
Gambar 4. 3 Postingan Instagram @cokipardedebebas	57
Gambar 4. 4 Postingan Instagram @cokipardedebebas	58
Gambar 4. 5 Postingan Instagram @cokipardedebebas	59
Gambar 4. 6 Postingan Instagram @cokipardedebebas	61
Gambar 4. 7 Postingan Instagram @cokipardedebebas	62
Gambar 4. 8 Postingan Instagram @cokipardedebebas	63
Gambar 4. 9 Postingan Instagram @cokipardedebebas	64
Gambar 4. 10 Postingan Instagram @cokipardedebebas	65
Gambar 4. 11 Postingan Instagram @cokipardedebebas	66
Gambar 4. 12 Postingan Instagram @cokipardedebebas	67
Gambar 4. 13 Postingan Instagram @cokipardedebebas	68
Gambar 4. 14 Postingan Instagram @cokipardedebebas	69
Gambar 4. 15 Postingan Instagram @cokipardedebebas	69
Gambar 4. 16 Postingan Instagram @cokipardedebebas	70
Gambar 4. 17 Postingan Instagram @cokipardedebebas	71
Gambar 4. 18 Postingan Instagram @cokipardedebebas	72
Gambar 4. 19 Postingan Instagram @cokipardedebebas	73
Gambar 4. 20 Postingan Instagram @cokipardedebebas	74
Gambar 4. 21 Postingan Instagram @cokipardedebebas	75
Gambar 4. 22 Postingan Instagram @cokipardedebebas	76
Gambar 4. 23 Postingan Instagram @cokipardedebebas	77
Gambar 4. 24 Postingan Instagram @cokipardedebebas	78
Gambar 4. 25 Postingan Instagram @cokipardedebebas	79
Gambar 4. 26 Postingan Instagram @cokipardedebebas	80
Gambar 4. 27 Postingan Instagram @cokipardedebebas	80

DAFTAR PUSTAKA

- Prihatini, D. (2021). Pembentukan Reputasi Organisasi Melalui Total Corporate Communication. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), 4373-4381.
- PUSPITA, A. T., Kania, R. N., & Sagita, D. (2019). *Strategi Personal Branding Denny Santoso* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penulisan Komunikasi*, 23(1).
- Susilo, D. (2024). Personal Branding Joko Widodo di Instagram Jelang Periode Akhir Kepresidenan. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(2), 176-196.
- Friantin, S. H. E. (2023). Peran Personal Branding Dalam Digital Marketing Untuk Generasi Millennial Di Sma Batik 1 Surakarta. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 314-321.
- Amir, A. K., Lailiyah, F., & Ningsih, M. (2021). Analisis Semiotika Dark Joke dan Satire Coki Pardede di Media Sosial Instagram. *PAWITRA KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 180-193.
- Sumboko, A., Nugroho, W. B., & Kamajaya, G. Dimensi Sosial Tawa menurut Henri Bergson: Makna dan Fungsi Tawa dalam Interaksi Sosial.
- Aprilia, N. (2016). Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Aisyah, Z. I. (2012). *BAHASA HUMOR DALAM TUTURAN KETUT YOGA YUDISTIRA PENGISI SUARA CHANNEL YOUTUBE KOK BISA?*
- Al Rafi, D. G., & Karina, M. E. (2022). *STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PERSONAL BRANDING (Studi pada akun instagram @yurikart seniman perempuan Bengkulu)*.
<https://jurnal.umb.ac.id/index.php/jsikom/article/view/3477>
- Ayu Rifka Sitoresmi. (2021, August 12). *Kontroversial adalah Debat Publik yang Berkepanjangan, Pahami Definisi dan Contohnya*.
<https://www.liputan6.com/hot/read/4630259/kontroversial-adalah-debat-publik-yang-berkepanjangan-pahami-definisi-dan-contohnya?page=3>.
- Belajar Data Science di Rumah. (2021, September 10). *Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif*. <https://dqlab.id/Analisis-Data-Kuantitatif-Kenali-Analisis-Deskriptif>.
- Fauziah, S. (2022, September 29). *Usai Jalani Rehabilitasi Narkoba, Coki Pardede Blak-blakan Ingin Minum: Mabuk Sampai Tepar*.
<https://lifestyle.sindonews.com/read/898497/187/usai-jalani-rehabilitasi-narkoba-coki-pardede-blak-blakan-ingin-minum-mabuk-sampai-tepar-1664424561>.

- Firmansyah, D., Pasim Sukabumi, S., & Al Fath Sukabumi, S. (n.d.). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. [https://doi.org/10.55927](https://doi.org/10.55927/FISIP_ILMU KOMUNIKASI_1706015157_RANI TOMPUL)
- FISIP_ILMU KOMUNIKASI_1706015157_RANI TOMPUL. (n.d.).
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2020). *KOMUNIKASI MASSA*. www.google.com
- Khedher, M. (2018). Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2018.02238/full>, 26, 99–109.
- Laila San, & Serafica Gischa. (2022, September 26). *Pengertian Komunikasi Massa Menurut Ahli*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/09/26/173000969/pengertian-komunikasi-massa-menurut-ahli->
- Machmud, M. (2022). *Tuntutan Penulisan TUGAS AKHIR Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*.
- Mahendro, Y. (2011, August 3). *Mengenal Analisis Isi (Content Analysis)*. <https://yudomahendro.wordpress.com/2011/08/03/mengenal-analisis-isi-content-analysis/>.
- Muhammad Takari, M. (n.d.). *MEMAHAMI ILMU KOMUNIKASI*.
- Muthmainnah. (2022). 6. BAB III. *Thesis*.
- Nabila, A. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*.
- News, B. (2018, October 1). *Vlog masak babi kurma: Mencari batas antara lelucon dan penistaan agama*. <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-46040537>.
- Nilamsari, N. (2014). *MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF* (Issue 2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Pengertian dan Istilah. (2023, May 10). *Pengertian Media Sosial, Ciri-ciri, dan Fungsinya*. <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-ciri-ciri-dan-fungsinya-20NlhAo6t3k/full>.
- Prihatini, D. (2021). *PEMBENTUKAN REPUTASI ORGANISASI MELALUI TOTAL CORPORATE COMMUNICATION*. 6(9). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i9>
- Publik, O. (2024, January 22). *Coki vs Abdur + fico Narasi Debat Cawapres* [Video recording]. www.youtube.com. https://youtu.be/suyjA_8SC3o?si=rcbJVrWDCFPfZbD

Putri, M., Salamanang, A., & Nurdiarti, R. P. (n.d.). REPRESENTASI TOXIC RELATIONSHIP DALAM DRAMA (Studi Analisis Isi Krippendorff Pada Drama Korea Nevertheless). In *JURNAL KAGANGA* (Vol. 7, Issue 2).

Regina, F., Siporay, F., & Damastuti, R. (2022). *ANALISIS ISI KONTEN POST AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DALAM MEMBANGUN ENGAGEMENT FOLLOWERS*. 5(1). www.ejurnal.stikpmedan.ac.id

Rifky Aritama. (2021, June 21). *Industri Komedi dan Stand Up Comedy di Indonesia: Bagaimana Perkembangannya?* <https://Kumparan.Com/Rifky-Aritama/Industri-Komedi-Dan-Stand-up-Comedy-Di-Indonesia-Bagaimana-Perkembangannya-1vs3gVVNh1A>.

Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. www.globaleksekitifteknologi.co.id

Stasberger. (2023, August 23). *Digital Media: Shaping Communication, Culture, and Society in the Digital Age*. <https://Www.Globalmediajournal.Com/Open-Access/Digital-Media-Shaping-Communication-Culture-and-Society-in-the-Digital-Age.Php?Aid=93433>.

Sukmawati, Sudarmin, & Salmia. (2023). *DEVELOPMENT OF QUALITY INSTRUMENTS AND DATA COLLECTION TECHNIQUES*. 6(1), 119–124. <http://journal.unpak.ac.id/index.php/>

Tim Konten, J. (2024, January 23). *Personal Branding: Contoh, Fungsi, dan Cara Membangunnya*. <https://Id.Jobstreet.Com/Id/Career-Advice/Article/Personal-Branding-Contoh-Fungsi-Cara-Membangun>.

Tokoh, P. (2024, July 27). *Profil Coki Pardede, Sang Pelawak Tunggal beserta Perjalanan Kariernya*. <https://Kumparan.Com/Profil-Tokoh/Profil-Coki-Pardede-Sang-Pelawak-Tunggal-Beserta-Perjalanan-Kariernya-23CxT0hxBCF>.

Viona Ayu Mahardani. (2022, May 11). *Apa Itu Entertainment?* <https://Www.Kompasiana.Com/Mahardaniviona/627bc17ebb44861cad0381d2/Apa-Itu-Entertainment>.

Volle, A. (2025, January 23). *mass communication*. <https://Www.Britannica.Com/Topic/Mass-Communication>.