

**PERSONAL BRANDING INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

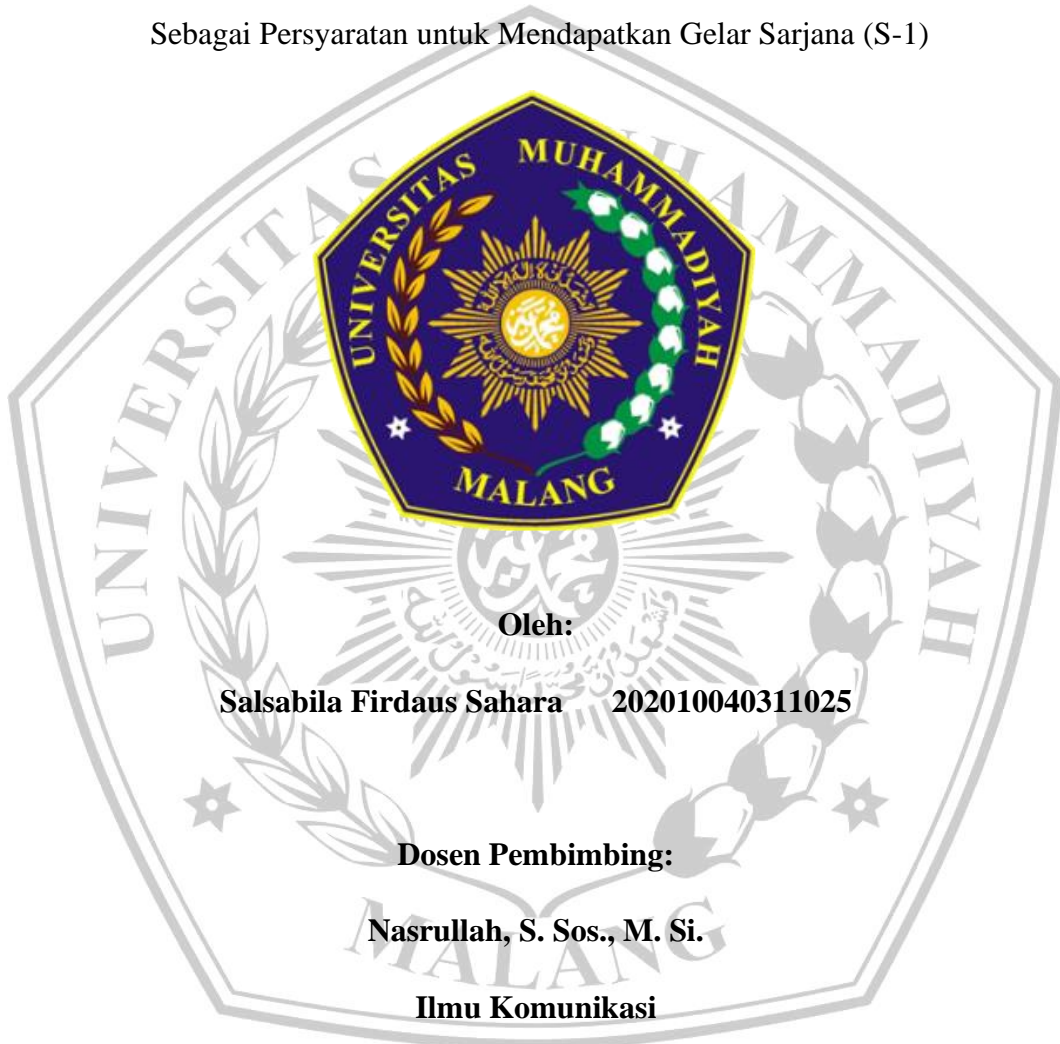
**(Analisis isi Pesan Personal Branding pada Akun @shaturday)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



**Oleh:**

**Salsabila Firdaus Sahara      202010040311025**

**Dosen Pembimbing:**

**Nasrullah, S. Sos., M. Si.**

**Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Universitas Muhammadiyah Malang**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Personal Branding Influencer pada Media Sosial TikTok  
(Analisis Isi Pesan Personal Branding pada Akun @shaturday)**

Diajukan Oleh :

Salsabila Firdaus Sahara  
202010040311025

Telah disetujui  
*Rabu / 6 Maret 2024*

Pembimbing I

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Wakil Dekan I



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Salsabila Firdaus Sahara**  
**202010040311025**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 6 Maret 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nurudin, M.Si (  )
2. Dr. Farid Rusman, M.Si (  )
3. Nasrullah, S.Sos, M.Si. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Muhammad Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Salsabila Firdaus Sahara  
NIM : 202010040311025  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok  
(Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)

Disetujui,  
Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, 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: +62 341 582 000

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 PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Salsabila Firdaus Sahara  
NIM : 202010040311025  
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 Pada Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)

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, 30 Januari 2024

Yang Menyatakan,  
  
MENERA  
TEPEL  
77E02ALX071855506  
**SALSABILA FIRDAUS SAHARA**



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: +62 341 582 000

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

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2023

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Salsabila Firdaus Sahara  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok  
(Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)

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

Malang, 30 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 454 318 (Hunting)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

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

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

NAMA : Salsabila Firdaus Sahara  
NIM : 202010040311025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 7 tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 30 Januari 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

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 Sutami No 168 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 453 435  
E. webmaster@umm.ac.id



# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

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

Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok  
(Analisis Isi Pada Akun @shaturday)

Oleh:

Nama : Salsabila Firdaus Sahara

NIM : 202010040311025

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 30 Januari 2024

Pembimbing / Promotor  
  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.

NIP. 10303090338



(\*) Coret yang tidak per

Kampus I  
Jl. Rahayu 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 480 535

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 140 (Hunting)  
F: +62 341 552 083

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 424 319 (Hunting)  
F: +62 341 450 435  
E: webmaster@umm.ac.id



## HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Salsabila Firdaus Sahara  
NIM : 202010040311025

Hasil Plagiasi :  $\frac{27}{1}$   $\frac{1}{2}$   $\frac{4}{2}$

BAB I	19			
BAB II	9			
BAB III	31	28	20	

$\frac{27}{1}$

BAB IV	3			
BAB V	15			
BAB VI				



Malang,  
PROGRAM STUDI **Ilmu Plagiasi Prodi,**  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMHAS

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Jumat, 17 November 2023

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1.	Nama	Salsabila Firdaus Sahara
2.	NIM	202010040311025
3.	Jurusan	Ilmu Komunikasi (Jurnalistik)
4.	Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5.	Judul Skripsi	Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)
6.	Pembimbing	Nasrullah, S.Sos., M.Si.
7.	Dosen Penguji 1	Nurudin, M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *Platform Zoom Meeting*

<https://us06web.zoom.us/j/85617119649?pwd=RA1X5rmkKZqab1aUvEWkFQxgQR5gzX.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Malang, 25 Januari 2024

Dosen Penguji

  
Nurudin, M.Si.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Salsabila Firdaus Sahara
2. NIM : 202010040311025
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok  
(Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)
6. Pembimbing : Nasrullah, S.Sos., M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
Sabtu, 1 April 2023	Menanyakan perihal pengajuan judul skripsi Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @shaturday)	n
Sabtu, 1 April 2023	Acc Judul Skripsi	n
Kamis, 8 Juni 2023	Bimbingan mengenai draft proposal skripsi BAB I hingga BAB III	n
Sabtu, 10 Juni 2023	Bimbingan mengenai revisi proposal skripsi pada BAB I hingga BAB III	n
Kamis, 15 Juli 2023	Bimbingan mengenai revisi proposal skripsi pada BAB I hingga BAB III	n
Senin, 17 Juli 2023	Bimbingan naskah skripsi BAB IV	n
Senin, 13 November 2023	Bimbingan naskah skripsi BAB IV secara online melalui google documen	n
Senin, 27 November 2023	Bimbingan mengenai revisi BAB IV	n
Rabu, 29 November 2023	Bimbingan naskah skripsi BAB IV secara online melalui google documen	✓

Rabu, 13 Desember 2023	Bimbingan mengenai revisi BAB IV	✓
Senin, 18 Desember 2023	Bimbingan naskah skripsi BAB I hingga BAB V (ACC Seminar Hasil)	✓



## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Salsabila Firdaus Sahara, 202010040311025, Personal Branding Influencer Pada Media Sosial TikTok (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @Shaturday), 8 Buku, 19 Jurnal, 2 Website.**

**Kata Kunci : Media sosial, Tiktok, Personal Branding, Shadira Firdausi**

Shadira Firdausi merupakan salah satu influencer di media sosial *TikTok* yang menjadikan media sosial *TikTok* sebagai tempat dalam membangun *personal branding*. Akun *TikTok* Shadira menyajikan konten *DIY* dan *a day in my life* yang dikemas unik ala dirinya, akun *@shaturday* ini telah diikuti oleh 4,1 juta pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *personal branding* yang dilakukan Shadira Firdausi melalui akun media sosial *TikTok*.

Peneliti menggunakan teori *The Eight Law of Personal Branding* oleh Peter Montoya, yang mana terdapat 8 konsep dalam membangun *personal branding*. Peneliti juga menggunakan karakteristik dasar yang harus dibangun saat membentuk *personal branding* menurut Montoya & Vandehey yakni *you, promise, dan relationship* serta elemen video dalam mendeskripsikan *personal branding* Shadira di media sosial *TikTok*. Peter Montoya mengartikan *personal branding* merupakan suatu proses yang membutuhkan sebuah keahlian, kepribadian dan karakteristik unik yang dikemas dengan identitas yang kuat, sehingga mampu diingat oleh Masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan dasar penelitian analisis isi kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi berupa tangkapan layar dari akun *@shaturday* dengan video bertemakan *DIY*. Data ini kemudian dianalisis dengan analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh Shadira Firdausi melalui akun media sosial *TikTok* miliknya *@shaturday* mengedepankan Shadira yang dilihat sebagai salah satu *influencer* yang *aesthetic* dan apa adanya. Dalam konten yang disajikan Shadira menggunakan 3 unsur video yakni teks, gambar dan suara. Shadira juga telah memenuhi kriteria dasar dalam membangun *personal branding* yakni *you, promise, dan relationship*.

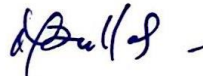
Malang, 21 Desember 2023

Peneliti



Salsabila Firdaus Sahara  
NIM : 202010040311025

Menyetujui,  
Pembimbing



Nasrullah, S. Sos, M. Si.  
NIDN : 0731017301

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Illahi Rabbi Allah Subhanahu Wata'ala. yang telah melimpahkan segala pertolongan, rahmat, dan Hidayah-Nya serta salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia., Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **PERSONAL BRANDING INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL *TIKTOK* (Analisis isi kualitatif pada Akun @shaturday)**”

Selama proses penyelesaian penelitian ini, peneliti telah banyak menerima dukungan, bantuan serta doa dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu skripsi peneliti:

1. Pertama-tama tentunya peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang memberi kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam melakukan penelitian dengan segala kekurangan peneliti kepada-NYA.
2. Berterima kasih kepada diri saya sendiri, Ma Sya Allah terima kasih sudah berjuang sejauh ini. KAMU HEBAT BANGET.
3. Keluarga penulis, Bapak Ahmad Juhandoko selaku sosok Bapak yang hebat yang selalu memberikan dukungan dan semangat melalui kata-kata dan doanya serta selalu menenangkan dikala kebingungan akan skripsi. Ibu Maria Ulfa yang senantiasa terus mendoakan dan menyemangati terus menerus tanpa putus. Selanjutnya, tim hore dalam hidup penulis ada Emma Zulfia Sahara, Achmad Alamsyah dan El - Maemocheed yang selalu

mendoakan, memotivasi, memberikan semangat dan menunjang sarana kebutuhan saat mengerjakan skripsi.

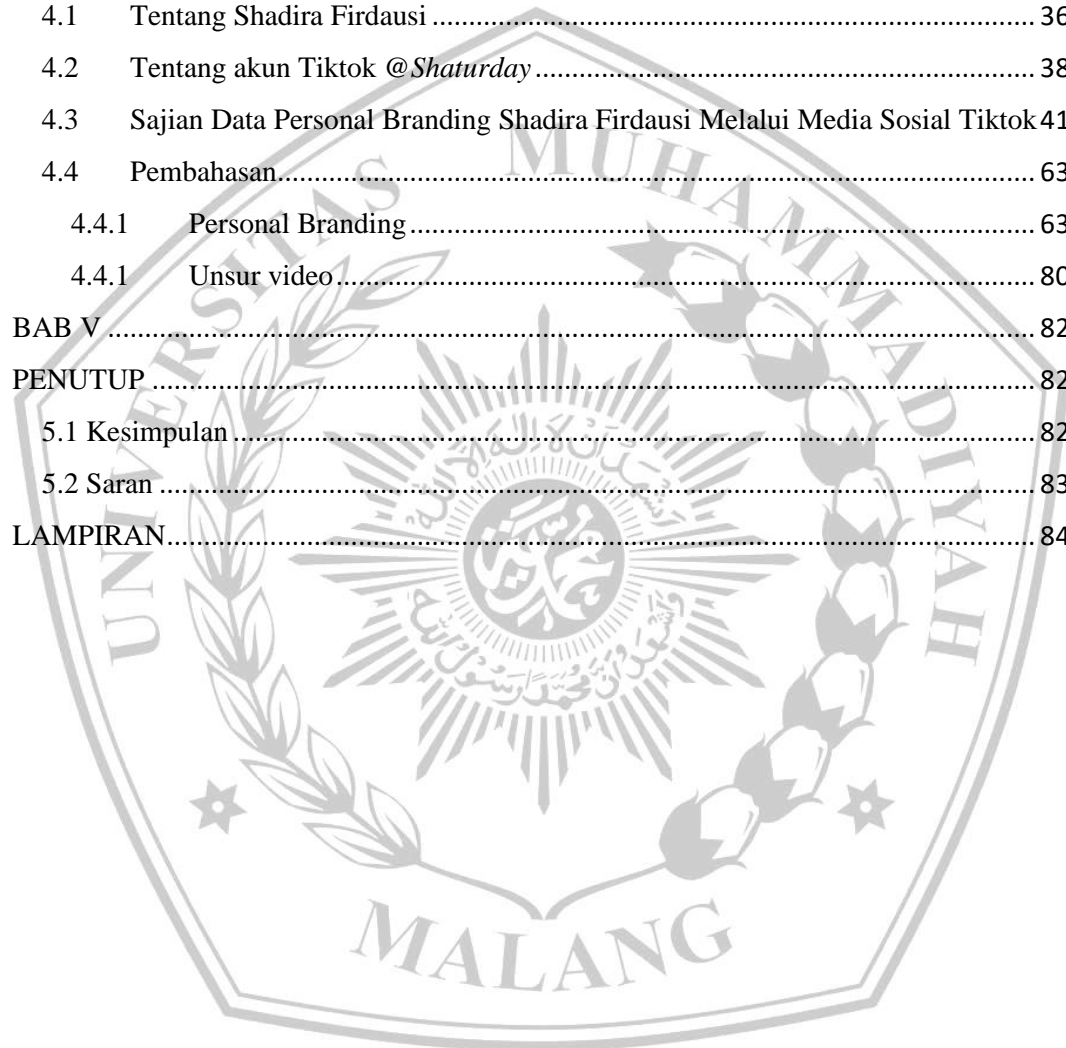
4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Nasrullah, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Malang.
7. Bapak Nasrullah, S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan support dengan mengingatkan untuk terus menyelesaikan skripsi agar cepat lulus melalui candaan dan kesabaran beliau menghadapi peneliti.
8. Achmad Darryl Alam Firmansyah terima kasih banyak karena selalu siap sedia menemani dan membantu dalam segala hal selama proses penelitian. Terima kasih juga karena telah bersedia mendengarkan segala cerita, menemani ketika *panic attack* dan sabar menghadapi *mood* penulis.
9. Teman-teman peneliti: Viola Kharida Hasna, Almasdya Putri, Naila Nurul, Shafira Aulia, Dewi Anisa, Salsabila Jihan, Fatimah Khairunnisa dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa mendoakan, menyemangati dan membantu serta menemani penulis.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN .....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMHAS .....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	x
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR PUSTAKA .....	1
BAB I.....	3
PENDAHULUAN .....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 TikTok sebagai media komunikasi .....	9
2.2 Komunikasi dalam media TikTok.....	21
2.3 Influencer .....	22
2.4 Definisi Konseptual .....	28
2.5 Penelitian Terdahulu .....	29
BAB III .....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Pendekatan Penelitian .....	31
3.2 Tipe Penelitian .....	32



3.3	Ruang Lingkup Objek Penelitian .....	32
3.4	Unit Analisis .....	32
3.5	Struktur Kategori .....	33
3.6	Metode pengumpulan data .....	34
3.7	Analisis Data .....	34
BAB IV .....		36
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN .....		36
4.1	Tentang Shadira Firdausi .....	36
4.2	Tentang akun Tiktok @Shaturday .....	38
4.3	Sajian Data Personal Branding Shadira Firdausi Melalui Media Sosial Tiktok .....	41
4.4	Pembahasan .....	63
4.4.1	Personal Branding .....	63
4.4.1	Unsur video .....	80
BAB V .....		82
PENUTUP .....		82
5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Saran .....	83
LAMPIRAN .....		84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia.....	4
Gambar 2 Pengguna TikTok di Indonesia .....	5
Gambar 3 Profil Shadira Firdausi (Sumber : Instagram) .....	36
Gambar 4 Akun TikTok Shadira (Sumber : TikTok).....	38
Gambar 5 Video a day in my life pertama @shaturday (Sumber : TikTok).....	39
Gambar 6 Tangkapan Layar TikTok @shaturday .....	41
Gambar 7 Tangkapan Layar TikTok @shaturday .....	43
Gambar 8 Tangkapan Layar TikTok @shaturday .....	45
Gambar 9 Tangkapan Layar TikTok @shaturday .....	47
Gambar 10 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	48
Gambar 11 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	50
Gambar 12 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	53
Gambar 13 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	54
Gambar 14 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	56
Gambar 15 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	58
Gambar 16 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	60
Gambar 17 Tangkapan Layar TikTok @shaturday.....	62
Gambar 18 Penggunaan teks dalam video unggahan Shadira .....	80
Gambar 19 Penggunaan gambar dalam unggahan Shadira.....	80
Gambar 20 Penggunaan gambar dalam unggahan Shadira.....	80
Gambar 21 Penggunaan suara dalam unggahan Shadira .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Sajian Data “Bikin Kardus Bekas jadi Aesthetic” .....	42
Tabel 2 Sajian data Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin tatakan lilin aromatherapy) .....	44
Tabel 3 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Meja Lucu) .....	46
Tabel 4 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Lampu Jamur) .....	48
Tabel 5 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Puffy Mirror) .....	49
Tabel 6 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Furry Lamp). .....	51
Tabel 7 Bikin Kado Hari Kasih Sayang Cuma 50 Ribu.....	52
Tabel 8 Diy Furry Lamp .....	54
Tabel 9 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Case bekas jadi aesthetic ).....	55
Tabel 10 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Ep. Kursi Aesthetic) .....	57
Tabel 11 Bikin Barang Bekas Jadi Aesthetic (bikin pipa jadi meja) .....	59
Tabel 12 Bikin Barang bekas jadi aesthetic (Bikin Gabus bekas jadi aesthetic) ..	61
Tabel 13 Bikin paperbag jadi aesthetic .....	63



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Rapanna. Patta, Ed.). CV. syakir Media Press.
- Adawiyah, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi* , 14.
- Afrilia, A. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 11.
- Effendy, O. (1986). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* .
- Eriyanto. (t.t.). *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Vol. 2011). Kencana .
- Gani, A. G. (t.t.). *PENGENALAN TEKNOLOGI INTERNET SERTA DAMPAKNYA*.
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif* , 15.
- Khairunnisa, F. (2022). "Personal Branding Influencer (Analisis isi Kualitatif Personal Branding Influencer pada Akun Media Sosial Instagram @raffinagita1717)." *Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Khoirunnisa, F. (2022). Instagram dan Personal Branding Influencer . *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang* .
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology* (Second Edition).
- Kurniawan, D. (2018). KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISMRESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN. *Jurnal Komunikasi Pendidikan* , 2.
- Machmud, M. (2016). *Tuntutan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Penerbit Selaras .
- Marison, W., & Pangerang, A. (2019, Mei 10). David Foster Sukses Guncang Candi Prambanan . *Kompas.com*.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*.
- Novi Tri Hariyanti, A. W. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal Eksekutif*, 15.
- Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia*, XXVII.
- Putri, A., Sutopo, & Rahmanto, A. (2019). Komunikasi Krisis Kementrian Pertanian Pada Penggerebakan Gudang Beras PT Ibu (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23.



- Putri, F. (2014). Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyber Bullying di Media Sosial. *Skripsi Universitas Sumatera Utara*.
- Putri, Y., & Bimantoro, A. (2020). Analisis Personal Branding Ruben Onsu Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4.
- Ramadhan, R. (2022). Personal Branding Arif Muhammad Dalam Membangun Citra Melalui Youtube. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Surakarta*.
- Sandewi, C. (2018). Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin – Anton Amanah (Hasanah)(Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018). *Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia*.
- Tamimy, M. (2017). *Sharing mu Personal Branding mu*.
- Watie, E. (2011). Komunikasi dan Media Sosial . *The Messenger* , 3.
- Wood, J. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)* (Edisi 6).
- Yunita, D. (2010). Personal Branding Online. *Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret*.

