

**PENGUNAAN TIKTOK SEBAGAI WADAH PERSONAL BRANDING DALAM  
MEMBENTUK SELF IMAGE**

**(Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

N a m a : Sheril Adinda Azzahra

N I M : 202110040311115

Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

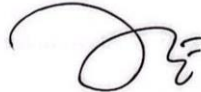
**PENGUNAAN TIKTOK SEBAGAI WADAH *PERSONAL BRANDING*  
DALAM MEMBENTUK *SELF IMAGE*  
(Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)**

Diajukan Oleh :

**Sheril Adinda Azzahra**  
202110040311115

Telah disetujui  
Rabu / 22 Januari 2025

Pembimbing I



**Arum Martikasari, M.Med.Kom**

Wakil Dekan I



**Nasrullah, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si.**

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Sheril Adinda Azzahra**  
**202110040311115**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**LULUS**  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 22 Januari 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si** (  )
2. **M. Himawan Sutanto, M.Si** (  )
3. **Arum Martikasari, M.Med.Kom** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Najamuddin Khatib, S.I.P., M.Hub.Int.**

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/I/FISIP-UMM/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Sheril Adinda Azzahra  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding  
Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun  
TikTok @nixonzskyy)

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

Malang , 4 Januari 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari M.Med.Kom



UN-QA



Kampus I  
Jl. Bankang 1 Malang, Jawa Timur  
P : +62 341 551 223 (Hunting)  
F : +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur  
P : +62 341 551 140 (Hunting)  
F : +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No. 340 Malang, Jawa Timur  
P : +62 341 464 318 (Hunting)  
F : +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

# LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

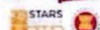
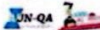
Nama : Sheril Adinda Azzahra  
NIM : 202110040311115  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)

Disetujui,  
Pembimbing

Arum Martikasari M.Med.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 145 (Hunting)  
F. +62 341 582 660

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

CS Dipindai dengan CamScanner

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Sheril Adinda Azzahra

NIM : 202110040311115

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 :

**PENGUNAAN TIKTOK SEBAGAI WADAH PERSONAL BRANDING DALAM  
MEMBENTUK SELF IMAGE  
(Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)**

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, 4 Januari 2025

Yang Menyatakan

  
METERNAL TEMPEK  
BABAMX11369454  
Sheril Adinda Azzahra



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

Kampus 2  
Jl. Bendungan Sutawo No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus 3  
Jl. Raya Tigoman No 749 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Oleh:

Nama : Sheril Adinda Azzahra

NIM : 202110040311115

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Januari 2025

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari M.Med.Kom  
NIP. 151224031987



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarna No. 198 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 404 318 (Hunting)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

# TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : SHERIL ADINDA A  
NIM : 20211009031115

Hasil Plagiasi :  $\frac{3}{1}$

BAB I	7			
BAB II	13			
BAB III	14			

BAB IV

BAB V

BAB VI

$\frac{3}{1}$	8			
	1			
	8			

Malang, 2 Januari 2025  
Admin Plagiasi Prodi  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

CS Dipindai dengan CamScanner

M/Dasuki





## BERITA ACARA BIMBINGAN

### BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sheril Adinda Azzahra  
N.I.M : 202110040311115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Penelitian : Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
03-05-2024	Melakukan revisi latar belakang	
13-05-2024	Melakukan revisi bab 2 dan bab 3	
15-05-2024	ACC proposal penelitian	
18-05-2024	Melakukan seminar proposal	
01-06-2024	Melakukan revisi bab 3 dan pengajuan draft wawancara	
18-06-2024	Revisi draft wawancara	
25-07-2024	ACC draft wawancara untuk melakukan penelitian	
02-10-2024	Melakukan penelitian dan mengolah data	
05-11-2024	Melakukan revisi terhadap hasil penelitian	
15-11-2024	ACC semhas	
19-12-2024	Melakukan Seminar Hasil	
22-12-2024	Revisi bab 5	
31-12-2024	ACC pendaftaran sidang	

Malang, 02 Desember 2025

Pembimbing

  
Arum Martikasari M.Med.Kom

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari ini, Kamis tanggal 19 bulan Desember tahun 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh :

<b>Nama Peneliti</b>	Sheril Adinda Azzahra
<b>NIM</b>	202110040311115
<b>Konsentrasi Studi</b>	Ilmu Komunikasi / Public Relation
<b>Judul Proposal</b>	Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskeyy)

Dihadiri oleh:

1. Dosen Pembimbing : Arum Martikasari M.Med.Kom
2. Dosen Penguji : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

Dan sejumlah 16 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 19 Desember 2024

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari M.Med.Kom

Dosen Penguji



Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

Mengetahui,  
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos. M.Si

## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Sheril Adinda Azzahra, NIM. 202110040311115, Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy), 31, Personal Branding, Self Image, TikTok, Nixon Farrel, Influencer.**

Penelitian ini mengungkap penerapan strategi *personal branding* di TikTok dalam membentuk citra diri seseorang di mata publik. Dengan menganalisis penggunaan TikTok oleh akun @nixonzskyy, bisa memahami penerapan strategi yang diambil *influencer* untuk membangun citra diri yang autentik dan konsisten, walaupun harus tetap mengikuti *trend* yang terus berubah. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui penerapan strategi *personal branding* pada akun TikTok @nixonzskyy dalam membentuk *self image*.

Memahami *personal branding* Nixon Farrel dengan melakukan wawancara dan memeriksa unggahan TikTok dari akun @nixonzskyy untuk mengetahui bagaimana penggunaan TikTok sebagai wadah *personal branding* dalam membentuk *self image*. Setelah mengetahui bagaimana strategi *personal branding* di akun TikTok @nixonzskyy dalam membentuk citra diri, hasil wawancara dan dokumentasi unggahan akun TikTok dikembangkan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan delapan hukum *personal branding* dari Peter Montoya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Paradigma dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif berdasarkan metode penelitian studi kasus. Data primer penelitian ini diperoleh melalui wawancara kepada Nixon Farrel dan data sekunder diperoleh melalui teknik dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi TikTok menjadi wadah *personal branding* yang tepat dalam membentuk *self image*. Media sosial TikTok @nixonzskyy menunjukkan ahli sebagai *influencer* yang berfokus pada bidang *food and travel*. Dengan menerapkan strategi yang efektif, seperti kekuatan konten, kekuatan interaksi, dan kekuatan mempertahankan kehadiran secara *online*, termasuk penggunaan iklan berbayar dan memaksimalkan fitur FYP, Nixon berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Malang, 3 Januari 2025

Menyetujui

Peneliti

  
Sheril Adinda Azzahra

Pembimbing

  
Arum Martikasari M.Med.Kom

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT tuhan maha pencipta semesta raya, yang telah memberikan banyak petunjuk, kemudahan, kelancaran dan ridhonya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat sah mendapatkan gelar strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi. Tidak lupa, peneliti mengucapkan terimakasih dan rasa syukur serta shalawat kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah menginspirasi dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Peneliti menyadari dengan seksama bahwa proses dalam menyelesaikan tugas akhir ini menempuh waktu panjang dan berliku, namun tak lepas dari bantuan dan kemudahan yang Allah SWT berikan untuk selalu menguatkan dari segi lahir dan batin peneliti. Sehingga tugas akhir ini berhasil dibuat dengan judul **“Penggunaan TikTok Sebagai Wadah Personal Branding Dalam Membentuk Self Image (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @nixonzskyy)”**.

Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik dengan moral maupun materil selama berlangsungnya penyusunan skripsi ini, mudah-mudahan mendapat pahala di sisi Allah SWT. Dengan segala kemurahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-Nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Orangtua penulis yang tercinta, Bapak Suhardi dan Ibu Yeni Yuliana, yang senantiasa tulus memberikan motivasi, do'a, kasih sayang, keikhlasan dan kesabaran serta pengorbanan dan perhatian yang tidak ada henti-hentinya mengalir untuk penulis juga memberikan dukungan penulis baik materil dan moril dalam memfasilitasi segala kebutuhan perkuliahan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Kepada saudaraku Muhammad Syahrul Nizam yang telah memberikan dukungan dan semangat serta do'a. Keluarga besar saya yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
4. Bapak Nasrullah, S. Sos., M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Ibu Arum Martikasari M.Med.Kom sebagai pembimbing tugas akhir yang dengan kebaikannya hati meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan serta memberi petunjuk untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya kepada pengkarya selama menempuh studi Ilmu Komunikasi.
7. Sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat dan motivasi serta meluangkan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi.
8. Pasangan saya yang telah memberikan semangat dan motivasi serta meluangkan waktunya untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu menyelesaikan skripsi saya dari awal hingga akhir.
10. Teman bimbingan yang telah memberikan semangat dan motivasi serta meluangkan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi.
11. Teman praktikum dan teman kelompok selama kuliah yang telah memberikan motivasi dan membantu selama perkuliahan berlangsung dari semester awal hingga semester akhir.
12. Seluruh teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang telah memberikan semangat dan motivasi.
13. Seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua motivasi, semangat, ilmu yang selalu saya ingat serta do'a yang diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT sebagai amal dan ibadah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepan. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

Malang, 8 Januari 2025

Penulis

Sheril Adinda Azzahra

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI .....	v
SURAT PERNYATAAN .....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI .....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI .....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR PUSTAKA .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
<b>2.1 Pengertian Terkait Konsep Dasar yang Diteliti</b> .....	8
<b>2.1.1 Definisi Komunikasi</b> .....	8
<b>2.1.2 Personal Branding</b> .....	10
<b>2.1.3 Self Image (Citra Diri)</b> .....	14
<b>2.1.4 New Media (Media Baru)</b> .....	16
<b>2.1.5 Media Sosial</b> .....	18
<b>2.1.6 Aplikasi TikTok</b> .....	20
<b>2.1.7 Definisi Influencer</b> .....	26
<b>2.2 Basis Teori yang Digunakan</b> .....	27
<b>2.3 Penelitian Terdahulu</b> .....	31
<b>2.4 Kerangka Konseptual</b> .....	34

BAB III METODE PENELITIAN .....	35
3.1 Metode Penelitian .....	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	36
3.3 Paradigma Penelitian.....	36
3.4 Tipe Penelitian .....	37
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.6 Subjek dan Objek Penelitian .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	40
3.9 Keabsahan Data .....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM .....	43
4.1 Gambaran Umum.....	43
4.1.1 Gambaran Umum TikTok.....	43
4.1.2 Gambaran Umum Profil Nixon Farrel .....	44
4.1.3 Gambaran Umum Profil TikTok @nixonzskyy.....	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1 Hasil Penelitian .....	51
a. Spesialisasi ( <i>Law of Specialization</i> ).....	51
b. Kepemimpinan ( <i>Law of Leadership</i> ) .....	55
c. Kepribadian ( <i>Law of Personality</i> ) .....	59
d. Perbedaan ( <i>Law of Distinctiveness</i> ).....	63
e. Terlihat ( <i>The Law of Visibility</i> ) .....	67
f. Kesatuan ( <i>Law of Unity</i> ) .....	72
g. Keteguhan ( <i>The Law of Persistence</i> ) .....	76
Gambar V - 14 Video Endorsement Traveloka.....	78
h. Nama Baik ( <i>The Law of Goodwill</i> ).....	81
5.2 Pembahasan .....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
6.1 Kesimpulan .....	92
6.2 Saran .....	94
Lampiran 1. Data Wawancara .....	95
Lampiran 2. Dokumentasi .....	100

**DAFTAR TABEL**

Tabel I- 1 Penelitian Terdahulu.....31





## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar IV - 1</b> <i>Logo TikTok</i> .....	44
<b>Gambar IV - 2</b> Profil Nixon Farrel .....	45
<b>Gambar IV - 3</b> Akun TikTok Nixon Farrel.....	47
<b>Gambar IV - 4</b> Video Pertama.....	47
<b>Gambar IV - 5</b> <i>Video Komedi</i> .....	48
<b>Gambar IV - 6</b> <i>Video Travel</i> .....	48
<b>Gambar IV - 7</b> <i>Video Viral</i> .....	49
<b>Gambar IV - 8</b> Video Sound Viral.....	50
<b>Gambar V - 1</b> Video Review Cafe.....	52
<b>Gambar V - 2</b> Video Review Cafe.....	52
<b>Gambar V - 3</b> Video Strolling Around.....	53
<b>Gambar V - 4</b> Video A Day In My Life.....	53
<b>Gambar V - 5</b> <i>Review Kereta Api Anti Pegal di Indonesia</i> .....	54
<b>Gambar V - 6</b> Review Villa Ala Bali di Kota Malang.....	54
<b>Gambar V - 7</b> Resep Makanan Olah Dasing Anti Mainstream.....	57
<b>Gambar V - 8</b> Resep Minuman Edisi Lebaran.....	57
<b>Gambar V - 9</b> Video Spot Bukber.....	60
<b>Gambar V - 10</b> Komentar Salah Satu Video.....	60
<b>Gambar V - 11</b> Video Penggunaan Lagu Viral.....	68
<b>Gambar V - 12</b> Video Penggunaan Hastag.....	68
<b>Gambar V - 13</b> Video Kolaborasi Dengan Influencer Lain.....	69
<b>Gambar V - 15</b> Video Review UMKM.....	82
<b>Gambar V - 16</b> Video Review UMKM.....	82
<b>Gambar V - 17</b> Video Mengajar Followers Memberikan Makan Kucing Liar .....	84
<b>Gambar V - 18</b> Gambar Komentar Video Sebelumnya.....	84

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, J. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram @okvitaandini*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e648305dcf6b0f/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5980–5989.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (4th ed.). Depok : Rajawali Press.
- Chania, M. (2023). *Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial Tiktok (Analisis Isi Kualitatif Akun TikTok @vmuliana)*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook Of Qualitative Research* (5th ed.). Los Angeles : Sage Publications.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jihan Lathifah, I., Aisyah, V. N., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2023). *Personal Branding Youtuber Jerome Polin Pada Media Sosial Youtube* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102.
- Lady, H. H. (2023). *Analisis Personal Branding Pada Media Sosial TikTok @yogayogikembar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2016). *Theories Of Human Communication* (11th ed.). Illinois : Waveland Press, Inc.
- Machmud, M. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang : Selaras Media Kreasindo.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Mas, S. R., & Haris, P. I. (2020). *Komunikasi dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. Gorontalo : UNG Press.
- Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan. *Perwira Journal of Economics & Business*, 1(2), 1–7.

- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. London : Sage Publications.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Oktavia, Y. A. (2019). *Rebranding Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Online Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung)*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280–288.
- Rabbani, D. B., Santi, N. D. M., & Mulyati. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. Padang : PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Ramadhan, R. U. (2022). *Personal Branding Arif Muhammad Dalam Membangun Citra Melalui Youtube*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Sahara, S. F. (2024). *Personal Branding Influencer Pada Media Sosial Tiktok (Analisis isi Pesan Personal Branding pada Akun @shaturday)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Salmaa. (2023). *Subjek Penelitian: Ciri, Fungsi, dan Contoh*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/subjek-penelitian/>
- Salmaa. (2024). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/>
- Sugihartati, R. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi Dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Tazkia. (2023). *Citra Diri Dalam Psikologi*. Institut Tazkia News. <https://tazkia.ac.id/en/berita/populer/468-citra-diri-dalam-psikologi>
- Wikipedia. (2024). *TikTok*. Wikipedia Ensiklopedia Bebas. <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- Yones, A. P. (2021). *Citra Diri Perempuan Yang Menikah Muda Di Desa Gunung Menang Kecamatan Penukal Kabupaten Pali Sumatra Selatan*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.