

202110040311512
Maysaro
Prodi Ilmu Komunikasi

***PERSONAL BRANDING MAYA ALMIRA SEBAGAI CONTENT CREATOR JUNK
JOURNAL DI TIKTOK (Analisis Isi Pesan Personal Branding pada Konten TikTok
@fomosurvivor)***

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Maysaro

202110040311512

Dosen Pembimbing:

Dr. Farid Rusman, M.Si.

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PERSONAL BRANDING MAYA ALMIRA SEBAGAI CONTENT CREATOR
JUNK JOURNAL DI TIKTOK (Analisis Isi Pesan Personal Branding pada
Konten TikTok @fomosurvivor)**

Diajukan Oleh :

MAYSARO
202110040311512

Telah disetujui
Rabu / 7 Januari 2026

Pembimbing I



Dr. Farid Rusman, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.



Novin Farid Setvo Wibowo, S.Sos., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

Maysaro
202110040311512

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 7 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :







1. Widiya Yutanti, M.A.(Hons) ()
2. Jamroji, S.Sos., M.Comms. ()
3. Dr. Farid Rusman, M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Juku Susilo, S.Sos., M.Si.



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi			
 LAMP	Nama : Maysaro			
 LAMPASTI	NIM : 202110040311512			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
	Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik			
	Judul Skripsi : Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)			
	Disetujui, Pembimbing			
				
	Dr. Farid Rusman, M.Si.			
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi			
				
	Novin Farid Stywo Wibowo, S. Sos, M.Si.			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawendro 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 188 (Hunting) F. +62 341 587 000</td><td>Kampus III Jl. Raya Tegalmas No 243 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 453 435 E. webmaster@uim.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawendro 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 188 (Hunting) F. +62 341 587 000	Kampus III Jl. Raya Tegalmas No 243 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 453 435 E. webmaster@uim.ac.id
Kampus I Jl. Bawendro 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 188 (Hunting) F. +62 341 587 000	Kampus III Jl. Raya Tegalmas No 243 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 453 435 E. webmaster@uim.ac.id		

SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :


Nama : Maysaro
NIM : 202110040311512
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 Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)
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, 17 Desember 2025
Yang Menyatakan,


Maysaro



STATUS
AKREDITASI






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

Kampus II
Jl. Perintis Kemerdekaan No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 311 582 060






Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 824 319 (Hunting)
F. +62 311 403 815
E. webmaster@umm.ac.id

Scanned with CamScanner

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/XI/2025			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	Nama : Maysaro NIM : 202110040311512 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			
	Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 17 Desember 2025 a.n. Dekan Ketua Program Studi			
	 Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si.			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bursary 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 223 (Pusat) F. +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Feroes-geri Sitim No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 148 (Pusat) F. +62 341 587 050</td><td>Kampus III Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 461 213 (Pusat) F. +62 341 460 435 E. walmakel@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bursary 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 223 (Pusat) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Feroes-geri Sitim No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 148 (Pusat) F. +62 341 587 050	Kampus III Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 461 213 (Pusat) F. +62 341 460 435 E. walmakel@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bursary 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 223 (Pusat) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Feroes-geri Sitim No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 148 (Pusat) F. +62 341 587 050	Kampus III Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 461 213 (Pusat) F. +62 341 460 435 E. walmakel@umm.ac.id		

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<p>PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-19 TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG</p> <p>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</p> <p>SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:</p> <p>Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)</p> <p>Oleh:</p> <p>Nama : Maysaro NIM : 202110040311512</p> <p>Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi</p> <p>Malang, 17 Desember 2025</p> <p>Menyetujui, Pembimbing I/ Promotor</p> <p> Dr. Farid Rusman, M.Si. NIP. 10390090173</p> <p>(*) Coret yang tidak perlu</p>			
 UN-QA STARS	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Burdakov 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 253 (handing) F. +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sulahe No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 148 (handing) F. +62 341 582 000</td><td>Kampus III Jl. Raya Tegayman No 249 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (handing) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Burdakov 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 253 (handing) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sulahe No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 148 (handing) F. +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tegayman No 249 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (handing) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Burdakov 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 253 (handing) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sulahe No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 148 (handing) F. +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tegayman No 249 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (handing) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id		

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Maysaro
NIM : 202110040311512

Hasil Plagiasi : 22/12

BAB I	10			
BAB II	12			
BAB III	16			

22/12

BAB IV	2			
BAB V	1			
BAB VI	13			




Malang, 22 Desember 2023
Admin Plagiasi Prodi,

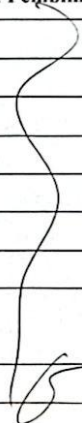


PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuri




BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<p>1. Nama : Maysaro</p> <p>2. NIM : 202110040311512</p> <p>3. Program Studi : Ilmu Komunikasi</p> <p>4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</p> <p>5. Judul Skripsi : Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fom survivor)</p> <p>6. Pembimbing : Dr. Farid Rusman, M.Si.</p> <p>7. Kronologi Bimbingan :</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
07/06/2024	Seminar Proposal	
01/07/2025	Bimbingan BAB I-III	
03/09/2025	Bimbingan BAB I-III	
11/09/2025	Bimbingan BAB I-III	
13/10/2025	ACC BAB I-III	
19/11/2025	Bimbingan BAB IV-VI	
24/11/2025	Bimbingan BAB IV-VI	
26/11/2025	ACC BAB IV-VI & ACC Seminar Hasil	
02/12/2025	Seminar Hasil	








Malang, 17 Desember 2025
Dosen Pembimbing



Dr. Farid Rusman, M.Si.

	<p>Kampus I Jl. Turiwatu 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 253 (Hunting) F. +62 341 460 435</p>	<p>Kampus II Jl. Bendungan Selatan No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 149 (Hunting) F. +62 341 587 000</p>	<p>Kampus III Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 453 435 E. webmaster@umm.ac.id</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR KARYA														
	Pada Hari: Selasa, 2 Desember 2025 Pukul: 19.00 WIB Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:														
	<table><tr><td>1. Nama</td><td>: Maysaro</td></tr><tr><td>2. NIM</td><td>: 202110040311512</td></tr><tr><td>3. Program Studi</td><td>: Ilmu Komunikasi</td></tr><tr><td>4. Fakultas</td><td>: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</td></tr><tr><td>5. Judul Skripsi</td><td>: Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)</td></tr><tr><td>6. Pembimbing</td><td>: Dr. Farid Rusman, M.Si.</td></tr><tr><td>7. Penguji</td><td>: Widiya Yutanti, M.A (Hons)</td></tr></table>	1. Nama	: Maysaro	2. NIM	: 202110040311512	3. Program Studi	: Ilmu Komunikasi	4. Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	5. Judul Skripsi	: Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)	6. Pembimbing	: Dr. Farid Rusman, M.Si.	7. Penguji	: Widiya Yutanti, M.A (Hons)
1. Nama	: Maysaro														
2. NIM	: 202110040311512														
3. Program Studi	: Ilmu Komunikasi														
4. Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik														
5. Judul Skripsi	: Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Akun TikTok @fomosurvivor)														
6. Pembimbing	: Dr. Farid Rusman, M.Si.														
7. Penguji	: Widiya Yutanti, M.A (Hons)														
	Seminar hasil dilakukan secara daring/ online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link: https://us06web.zoom.us/j/84458720612?pwd=Dq8d4wqnUmLwREwcQM12HF78IqvM2O.1 Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 15 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS.														
	Malang, 17 Desember 2025														
Dosen Pembimbing	Dosen Penguji														
															
Dr. Farid Rusman, M.Si.	Widiya Yutanti, M.A (Hons)														
	Mengetahui, Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi														
															
	Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si.														
	<table><tr><td>Kampus I Jl. Buntari 1 Malang Jawa Timur P +62 341 521 253 (Hunting) F +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Selatan No 188 Malang Jawa Timur P +62 341 521 189 (Hunting) F +62 341 582 000</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P +62 341 464 315 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Buntari 1 Malang Jawa Timur P +62 341 521 253 (Hunting) F +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Selatan No 188 Malang Jawa Timur P +62 341 521 189 (Hunting) F +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P +62 341 464 315 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id											
Kampus I Jl. Buntari 1 Malang Jawa Timur P +62 341 521 253 (Hunting) F +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Selatan No 188 Malang Jawa Timur P +62 341 521 189 (Hunting) F +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P +62 341 464 315 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id													

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL


NO.	NAMA	NIM
1	Ihzhannudin Adzhari	202110040311506
2	Khansa Nurunnisa Hudaepah	202110040311549
3	Afiqah Meidilla Azra	202110040311164
4	Nufail Sidqi Halwa Nayotama	202110040311350
5	Ushulyah Dirmanto	202110040311539
6	Gita Aulia Ramadhanty	202110040311514
7	Saddam Ariq Firmansyah	202110040311134
8	Muhammad Najwan Akma	202110040311240
9	Alifian Kamaluddin Sukardi	202110040311388
10	Fheroz Ridzitz-Q	202210040311142
11	Nur Abdul Jabar Zaid Hawari	202110040311453
12	Ilma Milla Maris	202110040311122
13	Faisal Rahman	202110040311118
14	Maulana Dwi Fathan	202110040311052
15	Prihatna Riski Enandi	202110040311464

Malang, 17 November 2025
Dosen Pembimbing


Dr. Farid Rusman, M.Si.


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG





Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 252 (handing)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 119 (handing)
F. +62 341 587 600

Kampus III
Jl. Raya Tajem No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (handing)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Maysaro, NIM 202110040311512. Personal Branding Maya Almira Sebagai Content Creator Junk Journal di TikTok (Analisis Isi Pesan Personal Branding Pada Konten TikTok @fomosurvivor)

Dosen Pembimbing: Dr. Farid Rusman, M.Si

Melalui kemajuan teknologi, media massa berkembang dengan cepat. Hadirnya media baru seperti TikTok bukan hanya digunakan untuk menyebarkan informasi dan hiburan, tapi juga sebagai wadah yang strategis bagi *content creator* untuk membangun *personal branding*, termasuk dalam kategori seperti *junk journal*. Maya Almira, melalui akun TikTok @fomosurvivor telah menarik perhatian audiens dengan konten-konten *junk journal* yang unik, estetik, serta konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan *personal branding* Maya Almira sebagai *content creator junk journal* di TikTok @fomosurvivor ditampilkan melalui delapan hukum (*The 8 Law of Personal Branding*) Peter Montoya dan Tim Vandehey.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe interpretatif, dengan metode analisis isi. Data dikumpulkan melalui dokumentasi melalui unggahan di akun TikTok @fomosurvivor dalam rentang 21 Desember 2024 hingga 15 Oktober 2025 pada dua daftar putar yang memuat konten *junk journal*. Teori yang digunakan sebagai landasan analisis adalah Delapan Hukum *Personal Branding* (*The 8 Law of Personal Branding*) oleh Peter Montoya dan Tim Vandehey.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pesan *personal branding* Maya Almira sebagai *content creator junk journal* ditampilkan melalui 6 dari 8 hukum (*The 8 Law of Personal Branding*) Peter Montoya dan Tim Vandehey, diantaranya yaitu kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), visibilitas (*the law of visibility*), keteguhan (*the law persistence*), dan nama baik (*the law of goodwill*). Kekurangannya adalah pada hukum spesialisasi (*the law of specialization*) dan hukum kesatuan (*the law of unity*) yang tidak begitu ditonjolkan.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Content Creator, *Junk Journal*, Maya Almira, TikTok.

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Dr. Farid Rusman, M.Si

Malang, 17 Desember 2025
Peneliti



Maysaro

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkahnya yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Personal Branding* Maya Almira Sebagai *Content Creator* *Junk Journal* di TikTok (Analisis Isi Pesan *Personal Branding* pada Konten TikTok @fomosurvivor). Skripsi ini merupakan saksi sekaligus bukti dari seluruh proses pembelajaran, perjuangan, dan pendewasaan yang penulis lalui selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini bukan hanya karena perjuangan sendiri, melainkan berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang hadir di tengah kebingungan dan kesulitan yang penulis alami. Oleh karena itu, dengan segala rasa syukur, hormat, dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, berkah, hidayah, serta segala kemudahan dan kelancaran yang diberikan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Farid Rusman, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, mendukung, mengarahkan, serta memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
6. Ibu Widiya Yutanti, S. Sos., M.A. (Hons) dan Bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms. selaku dosen penguji sekaligus dosen pembimbing yang banyak memberikan masukan dan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen beserta staf Ilmu Komunikasi, atas segala ilmu, wawasan, serta pengalaman yang dibagikan selama masa perkuliahan.
8. Maya Almira, selaku pemilik akun TikTok @fomosurvivor dan merupakan objek yang peneliti teliti.
9. Kedua orang tua penulis, mamah dan bapak yang selama ini telah mencurahkan dukungan, semangat, kasih sayang, serta doa yang tulus. Selalu memberikan penulis motivasi yang besar dalam menyelesaikan skripsi ini, disaat penulis sendiri masih banyak kesulitan.
10. Sahabat kandung penulis, Liya dan Khansa yang selalu berjuang bersama, tidak pernah menyerah dan berhenti berusaha, serta selalu merangkul di segala senang dan duka penulis.
11. Hazelnut, yang selama ini selalu menjadi salah satu sumber kebahagiaan dan ketenangan, serta menjadi motivasi saat penulis merasa penat. Kehadirannya adalah sebuah anugerah dan penyemangat luar biasa bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Teman-teman dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, namun telah banyak menemani dan memberikan kekuatan kepada penulis selama ini.
13. Diri penulis sendiri, karena telah berjuang dan berusaha hingga di titik ini. Terima kasih sudah tidak menyerah dan selalu mengusahakan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih memiliki banyak kekurangan. Namun peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Malang, Senin 22 Desember 2025

Penulis



Maysaro

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 TikTok Sebagai Media Komunikasi Massa	8
2.2.1 Pengertian Komunikasi	8
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.2.3 Komunikasi Massa.....	11
2.2.4 Macam-Macam Media Komunikasi Massa	12

2.2.5 TikTok Sebagai Media Baru Komunikasi Massa.....	14
2.3 Macam-Macam Sifat Pesan Dalam TikTok.....	20
2.4 Pesan Personal Branding	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Tipe Penelitian.....	26
3.3 Ruang Lingkup Penelitian dan Objek Penelitian	27
3.4 Struktur Kategorisasi.....	27
3.5 Unit Analisis.....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis data.....	29
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	31
4.1 Profil Maya Almira	31
4.2 Gambaran Umum Akun TikTok @fomosurvivor	32
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Hasil Penelitian.....	34
5.1.1 Sajian Data Personal Branding Maya Almira Berdasarkan Daftar Putar “Ngejournal di...”	34
5.1.2 Sajian Data Personal Branding Maya Almira Berdasarkan Daftar Putar “Vlog Berburu”.....	53
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
5.2.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	70
5.2.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>).....	71
5.2.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	72
5.2.4 Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>).....	73
5.2.5 Visibilitas (<i>The Law of Visibility</i>).....	75
5.2.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	76
5.2.7 Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>).....	77
5.2.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	78
BAB VI PENUTUP	80
6.1 Kesimpulan.....	80

6.2 Saran	82
6.2.1 Saran Akademik.....	82
6.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Maya Almira	31
Gambar 4. 2 Akun TikTok @fomosurvivor	32
Gambar 4. 3 Daftar putar akun TikTok @fomosurvivor	33
Gambar 5. 1 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	35
Gambar 5. 2 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	39
Gambar 5. 3 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	43
Gambar 5. 4 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	48
Gambar 5. 5 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	54
Gambar 5. 6 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	58
Gambar 5. 7 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	62
Gambar 5. 8 Tangkapan layar konten TikTok @fomosurvivor	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	6
Tabel 3. 1 Kategorisasi aspek personal branding.....	28
Tabel 5. 1 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	35
Tabel 5. 2 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	40
Tabel 5. 3 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	44
Tabel 5. 4 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	49
Tabel 5. 5 Hasil analisis personal branding pada kontem TikTok @fomosurvivor.....	54
Tabel 5. 6 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	58
Tabel 5. 7 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	62
Tabel 5. 8 Hasil analisis personal branding pada konten TikTok @fomosurvivor.....	66



DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja milenial dan media sosial: Media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja milenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236.
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. *Jurnal Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia*, 431(2). 431–440.
- Ardianto, D. J., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok sebagai *personal branding* Benjamin Master Adhisurya (iben_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5980–5989. <https://doi.org/10.31316/jk.v6i3.4098>
- Avicenna, F., & Budisuwita, T. Z. (2022). Personal branding traveler blogger melalui media sosial Instagram (analisis isi pesan pada akun @her_journeys). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(1), 14–19.
- Dinata, C., & Aulia, S. (2022). Analisis personal branding content creator TikTok @claramunica. *Kiwari*, 1(1). 156–163. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15672>
- Dwi, A. (2023, 31 Mei). *Komunikasi massa*. FISIP UMSU. <https://fisip.umsu.ac.id/komunikasi-massa/>
- Dewi, R. D. C., Ismaya, I., Masduki, D., Yusuf, Y. M., Fitrananda, C. A., Syahdan, S., Bulkis, B., Akbar, M. F., Sugandi, M. S., & Hartati, S. (2024). *Pemahaman komunikasi: Mengartikan pesan dengan tepat*. Padang: Get Press Indonesia.
- Fitriyani, M., & Prahastuti, N. F. (2022). *Personal branding format baru*. Yogyakarta: Laksana.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding kunci kesuksesan anda berkiprah di dunia politik*. Jakarta: Gramedia.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

Humaizi., & Zulkarnain, I. (2024). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. Medan: Media penerbit Indonesia.

Izetti, A. F. (2025, 3 Januari). *Junk journaling, catat perjalanan dengan cara menyenangkan!* IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/junk-journaling-catat-perjalanan>

Khairuni, N. (2016). Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak (Studi kasus di SMP negeri 2 kelas VII Banda Aceh). *Jurnal Edukasi Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.22373/je.v2i1.693>

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>

Kholilah. (2025). Analisis isi penggunaan media sosial Instagram sebagai personal branding pada akun @ananzaapril. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 147–159. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i1.22400>

Kurniasih, H. D., Putra, G. K., & W, D. (2025). Analisis personal branding Leonardo Edwin pada akun TikTok @leo_edw sebagai solo traveler. *Jurnal Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 13(1), 559–575. <https://doi.org/10.23960/symbol.v13i1.875>

Luisandrith, D. R. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran seni tari melalui aplikasi TikTok untuk meningkatkan kreativitas anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175–180.

Machmud, M. (2018). *Tuntutan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip penulisan ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.

Muallifa, R. N. L. (2025, 17 September). Cara menjadi konten kreator TikTok dengan strategi yang terbukti efektif. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/6161677/>

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon*. Peter Montoya Incorporated.

Morissan. (2017). *Metode penelitian survei*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.

Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (seventh edition)*. London: Pearson Education Limited.

Nugroho, C. (2020). *Cyber society*. Jakarta: Kencana.

Nurdin, A., Moefad, A. M., Zubaidi, A. N., & Harianto, R. (2013). *Pengantar ilmu komunikasi*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.

Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2016). *Personal brand-inc*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Pasaribu, S. B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Media Edu Pustaka.

Raharjo, F. S. (2019) *The master book of personal branding*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.

Rahmawati, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., Wisesa, R., & Anindhita, W. (2025). *Personal branding di media sosial*. Malang: Literasi Nusantara Abadi Grup.

Regar, R. F. (2023, 15 Desember). Mengenal ByteDance, perusahaan induk platform ternama TikTok. *Tempo*. <https://www.tempo.co/ekonomi/mengenal-bytedance-perusahaan-induk-platform-tenama-tiktok-108256>

Riduan. (2011). *Belajar mudah untuk guru-karyawan dan peneliti pemula*. Bandung: Alfabeta.

Rizaty, M. A. (2025, 26 Februari). Jumlah pengguna aplikasi TikTok di dunia 3 tahun terakhir hingga Januari 2025. *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/jumlah-pengguna-aplikasi-tiktok-di-dunia-3-tahun-terakhir-hingga-januari-2025>

Rohani, A. (1997). *Media instruksional edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Romli, K. (2016). *Komunikasi massa*. Jakarta: Grasindo.

Rosiana, P. T., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Analisis aplikasi TikTok berdasarkan prinsip dan paradigma interaksi manusia dan komputer menggunakan evaluasi heuristic. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3), 686–695. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3271>

Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

SA, R. F., & Pertiwi, W. K. (2025, 14 Agustus). Survei APJII: 5 medsos terpopuler di Indonesia 2025, TikTokjuara. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/14/08270037/survei-apjii--5-medsos-terpopuler-di-indonesia-2025-tiktok-juara>.

Sawaty, I., Jumarni, J., Das, S. W. H., Muis, A. A., Salmiati, S., & Djollong, A. F. (2024). *TikTok dan transformasi pembelajaran*. Kreator Cerdas Indonesia.

Soyomukti, N. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Al-Ruzz Media.

Sumarno. (2020). Analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra. *Edukasi Lingua Sastra*, 18(2), 36–55. <https://doi.org/10.47637/elsa.v18i2.299>

Swawikanti, K. (2025, 30 Juli). Mengenal scrapbook, cara membuat, dan contohnya. *Alta Global School*. <https://www.altaglobalschool.com/blog/contoh-scrapbook>

Syafrina, A. E. (2021). *Komunikasi massa*. Bandung: Mega Press Nusantara.

Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu*. Jakarta: Visi Media.

TikTok. (2025). *TikTok analytics 2025*. <https://www.tiktok.com/>

Weimann, G., & Masri, N. (2021). TikTok's spiral of antisemitism. *Journalism and Media*, 2(4), 697–708. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040041>

Wibowo, M. C. (2023). *Personal branding*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Widodo, B. S. (2021). *Metode penelitian pendidikan*. Yogyakarta: Eiga Media.

Widyaputra, F, A. (2025). Strategi personal branding dalam meningkatkan kredibilitas dan daya saing influencer. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(3), 277–286.

Yasir. (2020). *Pengantar ilmu komunikasi: Sebuah pendekatan kritis dan komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

