



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PEMANFAATAN AKUN @IKSANBANGSAWAN SEBAGAI *CONTENT*  
*CREATOR* DALAM MELAKUKAN *PERSONAL BRANDING* KEPADA  
GEN Z TENTANG DUNIA DIGITAL KREATIF**

**SKRIPSI**

**ALEX TANJAYA  
203516416302**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL  
2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

***UTILIZATION OF THE @IKSANBANGSAWAN ACCOUNT AS A  
CONTENT CREATOR IN PERFORMING PERSONAL BRANDING TO GEN  
Z ABOUT THE CREATIVE DIGITAL WORLD***

**THESIS**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor's Degree  
of Communication Science (S.I.Kom)**

**ALEX TANJAYA**

**203516416302**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY  
FACULTY OF SCIENCE DAN POLITICAL SCIENCE**

**2024**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alex Tanjaya  
NPM : 203516416302  
Skripsi : Pemanfaatan Akun @Iksanbangsawan Sebagai *Content Creator* Dalam Melakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Kreatif

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 4 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Alex Tanjaya



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN**  
**ILMUPOLITIK**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Alex Tanjaya  
NPM : 203516416302  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Akun @iksanbangsawan Sebagai *Content Creator* Dalam Meakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Dan Kreatif  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,  
Jakarta, 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Dekan FISIP

Swastiningsih, S.E., M.Si

  

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Alex Tanjaya  
NPM : 203516416302  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Akun @iksanbangsawan Sebagai  
*Content Creator* Dalam Meakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Dan Kreatif

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si. (Safrizal)  
Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si. (Swasti)  
Penguji 1 : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. (Sri Desti)  
Penguji 2 : Swastiningsih, S.E., M.Si. (Swasti)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 7 Maret 2024



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Alex Tanjaya  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516416302  
Jurusan : Periklanan  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Akun @Iksanbangsawan Sebagai Content Creator Dalam Melakukan Personal Branding Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Kreatif

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si.

Penguji I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Keterangan :

\*) *Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat – Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Pemanfaatan Akun @Iksanbangsawan Sebagai *Content Creator* Dalam Melakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Kreatif. Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan I FISIP Bidang Akademik Universitas Nasional.
4. Bapak Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan II FISIP Bidang Kemahasiswaan Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
6. Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
7. Ibu Dra. Masnah, M.Si selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.



10. Keluarga yang penulis cintai, Bapak Saya Rudy Tan, Mama Saya Santi Wulandari dan Adik Saya Rayhand Tantowi. penulis yang selalu memberikan warna bagi penulis untuk menulis skripsi ini. Terima kasih karena tidak pernah lupa untuk selalu mendoakan penulis dalam setiap proses perkuliahan hingga tahap mendapat gelar sarjana dan memberikan dukungan yang sangat besar serta selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya disetiap perjalanan hidup penulis.
11. Pasangan penulis yaitu Neng Yesi Yulyasari yang senantiasa menyemangati, dan mendukung penulis selama masa perkuliahan hingga pengerjaan skripsi.
12. Diri saya sendiri, karena telah berjuang dan yakin untuk dapat menyelesaikan penelitian dengan konsisten demi cita-cita ke depan.
13. Teman-teman seperjuangan yang mengikuti skripsi yang telah memberikan dukungan secara kolektif dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. Dan saya ucapkan terima kasih yang sangat besar kepada diri saya sendiri yang telah berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu.

Dengan Serta semua pihak yang telah membantu saya dalam membagikan pengetahuannya untuk mengerjakan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 12 Februari 2024

Peneliti



**Alex Tanjaya**



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alex Tanjaya

NPM : 203516416302

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (non-exclusive royalty-free right) atas karya ilmiah saya berjudul:

PEMANFAATAN AKUN @IKSANBANGSAWAN SEBAGAI *CONTENT CREATOR* DALAM MELAKUKAN *PERSONAL BRANDING* KEPADA GEN Z TENTANG DUNIA DIGITAL KREATIF

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan. Mengelola dalam bentuk pangkalan data (databases), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilikan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal : 12 Februari 2024

Yang menyatakan,



Alex Tanjaya

## ABSTRAK

Nama : Alex Tanjaya  
Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Akun @Iksanbangsawan Sebagai *Content Creator* Dalam Melakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Kreatif  
Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si

Iksan Bangsawan menggunakan proses digital dalam pembuatan konten kreatifnya. Iksan Bangsawan menggunakan *Online advertising dalam kontennya*. *Online advertising* menjadi pilar utama strategi digital marketing perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan Pemanfaatan Akun @Iksanbangsawan Sebagai *Content Creator* Dalam Melakukan *Personal Branding* Kepada Gen Z Tentang Dunia Digital Kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif mendalam. Memanfaatkan *online advertising* untuk membangun *personal branding* merupakan langkah efektif, terutama bagi pemula. Konten berkualitas dan relevan menjadi kunci keberhasilan, menarik dan terhubung dengan audiens. Perencanaan matang diperlukan untuk konten yang dapat memberikan dampak positif. Iksan Bangsawan, seorang *content creator*, telah berhasil membangun *personal branding* dengan lebih dari 247 ribu followers di Instagram, fokus pada konten digital dan dunia kreatif. Pandangan Gen Z terhadap *personal branding* di Instagram menunjukkan pemahaman bahwa platform ini tidak hanya untuk mengekspresikan diri, tetapi juga membangun citra autentik dan menarik. Gen Z melihat *personal branding* sebagai peluang untuk berbagi pengalaman secara transparan. Keterkaitan dengan teori SOR tergambar dalam penelitian ini, dengan stimulus dari konten video Iksan Bangsawan memicu respon kreativitas dari *followers* aktifnya. Sehingga ditemukan dalam hasil penelitian pemanfaatan *online advertising* di media sosial, terutama Instagram, dinilai efektif untuk membangun *personal branding*, terutama bagi mereka yang baru dalam dunia ini. Kesuksesan kampanye ini bergantung pada konten berkualitas dan relevan, yang dapat menarik dan terhubung dengan audiens. Iksan Bangsawan, seorang *content creator*, berhasil membangun *personal branding* dengan efektif melalui *online advertising*. Pandangan Gen Z terhadap *personal branding* di Instagram menunjukkan bahwa platform ini lebih dari sekadar wadah untuk mengekspresikan diri, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra autentik. Iksan Bangsawan, dengan pendekatan berbasis uji, memilih jenis konten yang efektif dan konsisten dalam menciptakan konten sesuai dengan kebutuhan generasi Z.

### **Kata Kunci:**

*Online Advertising, Personal Branding, Gen Z.*

## ***ABSTRACT***

Name : Alex Tanjaya  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Thesis title : Utilization Of The @Iksanbangsawan Account As A Content Creator In Performing Personal Branding To Gen Z About The Creative Digital World  
Advisor : Swastiningsih, S.E., M.Si

Iksan Bangsawan uses digital processes in creating its creative content. Iksan Bangsawan uses online advertising in its content. Online advertising is the main pillar of the company's digital marketing strategy. The purpose of this research is to describe the use of the @Iksanbangsawan account as a content creator in carrying out personal branding for Gen Z regarding the creative digital world. The research method used is an in-depth qualitative descriptive research approach. Utilizing online advertising to build personal branding is an effective step, especially for beginners. Quality and relevant content is the key to success, attracting and connecting with the audience. Careful planning is needed for content that can have a positive impact. Iksan Bangsawan, a content creator, has succeeded in building a personal brand with more than 247 thousand followers on Instagram, focusing on digital content and the creative world. Gen Z's view of personal branding on Instagram shows an understanding that this platform is not only for expressing themselves, but also for building an authentic and attractive image. Gen Z sees personal branding as an opportunity to share experiences transparently. The connection with SOR theory is illustrated in this research, with the stimulus from Iksan Bangsawan's video content triggering a creative response from his active followers. So it was found in the research results that the use of online advertising on social media, especially Instagram, is considered effective for building personal branding, especially for those who are new to this world. The success of these campaigns depends on quality and relevant content, which can attract and connect with the audience. Iksan Bangsawan, a content creator, succeeded in building personal branding effectively through online advertising. Gen Z's view of personal branding on Instagram shows that this platform is more than just a place to express themselves, but also as a tool for building an authentic image. Iksan Bangsawan, with a test-based approach, chooses types of content that are effective and consistent in creating content according to the needs of generation Z.

**Keyword:**

*Online Advertisng, Personal Branding, Gen Z.*

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori .....	15
2.2.1 Teori <i>New Media</i> .....	15
2.3 Landasan Konseptual.....	21
2.3.1 Digital Dan Kreatif .....	21
2.3.2 <i>Content Creator</i> .....	26
2.3.3 Pengertian <i>Personal Branding</i> .....	27
1. Fungsi dan Tujuan <i>Personal Branding</i> .....	29
2. Menampilkan <i>Personal Branding</i> di Media Sosial...29	
3. Delapan Konsep Membangun <i>Personal Branding</i> ...30	

2.3.4	Generasi Z.....	31
2.3.5	Instagram.....	33
2.4	Kerangka Pemikiran .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Pendekatan Penelitian.....	39
3.2	Metodelogi Penelitian.....	39
3.3	Penentuan Informan.....	40
3.3.1	Key Informan .....	40
3.3.2	Informan Pendukung.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Teknik Keabsahan Data .....	42
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	43
3.7	Lokasi & Jadwal Penelitian .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum.....	45
4.1.1	Profil Pengguna Instagram @iksanbangsawan.....	45
4.1.2	Arti logo .....	47
4.1.3	Akun Instagram Andi nur Iksan @iksanbangsawan .....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Proses Digital dan Kreatif dalam Instagram @iksanbangsawan.....	50
4.2.2	Konsep Personal Branding Dalam Instagram @iksanbangsawan.....	56
4.2.3	Pandangan Gen Z Mengenai <i>Personal Branding</i> Melalui Instagram .....	71
4.3	Teori <i>New Media</i> .....	75
4.4	Pembahasan .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran .....	82
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Tabel Key Informan.....	40
Tabel 3.2 Tabel Informan Pendukung .....	40
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian .....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>The World's Favourite Social Media Platform</i> .....	4
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia .....	6
Gambar 1.3	Akun Iksan Bangsawan.....	7
Gambar 1.4	Video Reels Iksan Bangsawan .....	8
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1	Profil Iksan Bangsawan.....	46
Gambar 4.2	Logo Iksan Bangsawan .....	47
Gambar 4.3	Akun Instagram @iksanbangsawan .....	48
Gambar 4.4	Video Reels Instagram @iksanbangsawan .....	52
Gambar 4.5	Konten Reels Iksan Bangsawan .....	56
Gambar 4.6	Foto bersama dengan <i>Influencer</i> dan <i>Content Creator</i> .....	57
Gambar 4.7	Foto Iksan Bangsawan dalam Memberikan Masukan Pada Tim PT. Skena Wahana Kreatif .....	59
Gambar 4.8	Iksan Bangsawan Membalas Komentar dan <i>Direct Message</i> Dari <i>Followers</i> .....	61
Gambar 4.9	Foto Dengan Rekan Kerja.....	63
Gambar 4.10	Konten Video Instagram Iksan Bangsawan .....	65
Gambar 4.11	Konten Video Iksan Bangsawan Bersama Istri dan Anak .....	67
Gambar 4.12	Perbedaan Konten Video Iksan Bangsawan Pada Tahun 2016 dan 2023 .....	69
Gambar 4.13	Konten Giveaway dan Program Instagram Creator Mentoring .....	70
Gambar 4.14	Konten Video Iksan Bangsawan .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Penugasan Dosen Pembimbing.....	86
Lampiran 2	Lembar Konsultasi .....	87
Lampiran 3	Draft Pertanyaan Wawancara.....	91
Lampiran 4	Transkrip Wawancara.....	93
Lampiran 5	Dokumentasi Penelitian .....	105
Lampiran 6	Surat Keterangan Pendamping Ijazah .....	107
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup Penulis .....	108
Lampiran 8	Hasil Uji Cek Plagiasi.....	109

