

DAFTAR REFERENSI

JURNAL

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Ariani, F. (2016). Impression Management Seorang Selebgram Sebagai Eksistensi Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Dramaturgi Seorang Selebgram Di Sosial Media Instagram).
- Dita Dita, R. (2018). Analisis Kriteria Personal Branding Selebgram Non Selebriti (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Lippielust).
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57-71.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan digital influencer dalam promosi produk (Studi kasus akun Instagram@ bylizzieparra). *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(01), 71-82.
- Santi, D. E. (2020). Peran Online Advertising Pada Pemasaran Axis. *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 58-71.
- Fransiskus, A. D. A. (2023). Strategi Membangun Personal Branding Oza Rangkuti Melalui Konten Bahasa Abg Jaksel Di Media Tiktok (Studi Pada Akun TikTok@ Podcastkeselaje).
- SHOFA, S. D., Aisyah, V. N., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2023). Analisis Personal Branding Ayana Moon Di Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Junedi Agustian, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram @Okvitaandini. Skripsi. Universtas Suska Riau.
- Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677-690.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Muhammad Rasyid Ridha (2022) "Pengaruh Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Bisnis Digitumo". hlm. 3-4.
- Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi. *EduLib*, 10(1), 1-14.

Muhammad Zuhri F. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo Kampar Sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar. Skripsi. Universitas Suska Riau.

Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *Tematik*, 7(2), 130-139.

Tri Sutrisno 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Awareness* : Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga <https://core.ac.uk/download/141540164.pdf>

Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2019). eWOM pada generasi Z di sosial media. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(2), 70-80.

Suharto, C. Y. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari CYN. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8. (9).

Susilowati (2018) “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allenniebe).” *Jurnal Komunikasi* 9 (2018): 10.

BUKU

Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu: Menampilkan image diri dan karakter di media sosial*. VisiMedia.

Rampersad, H. K. (2008). *Sukses membangun authentic personal branding*. Jakarta: Ppm.

Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.

Terence A Shimp. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)* . Jakarta : Erlangga, 2007 . Hal 7

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditia Bakti, 2015). hlm 225

Bagong Suyanto. (2005). *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media Group.

Hardani, et. al. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, hal. 64.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan Penelitian gabungan/A*. Muri Yusuf.

WEBSITE

Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023”, Diakses pada tanggal 16 Oktober 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,orang%20pada%20awal%20tahun%20ini>

Data Reportal. Digital 2023: The World’s Favourite Social Media Platform. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2022-favourite-social-platforms>.

“Internert dalam Kehidupan Sehari-hari”, Diakses pada tanggal 16 Oktober 2023 <https://www.nusabali.com/berita/76546/internet-dalam-kehidupan-sehari-hari>

“What Is a Good Engagement Rate on Instagram?” Diakses 16 Oktober 2023. <https://scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-instagram>.

Devania, Annesa, “Wawancara Mendalam (indept Interview)” diakses tanggal 16 Oktober 2023 dalam [Http://www.ut.ac.id/html/teknikwawancara.htm](http://www.ut.ac.id/html/teknikwawancara.htm) ,

Moleong, L. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. (2016). Diakses 16 Oktober 2023 <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17252/16963>

Napoleon Cat. (2023): Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2023. Diakses 16 Oktober 2023 <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>

Lampiran 1

Surat Penugasan Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
 S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
 P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Swastiningsih, S.E., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa	: Alex Tanjaya
Nomor Pokok	: 203516416302
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi	: Periklanan

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 10 Oktober 2023

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran 2

Lembar Konsultasi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
 S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 203516416302
Nama : ALEX TANJAYA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
18 October, 2023	<p>assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh</p> <p>yth. ibu swastianingsih, s.e., m.si.</p> <p>saya alex tanjaya, dengan nim 203516416302, prodi ilmu komunikasi, konsentrasi periklanan.</p> <p>saya ingin mengajukan judul saya yang sudah di ganti sesuai arahan yang sudah ibu berikan di bimbingan sebelumnya.</p> <p>judul sebelumnya :</p> <p>pemanfaatan media sosial instagram @iksan bangsawan dalam melakukan personal branding kepada gen z</p> <p>judul berubah menjadi :</p> <p>pemanfaatan online advertising content creator @iksan bangsawan dalam melakukan personal branding kepada gen z melalui instagram</p> <p>mohon masukannya dan arahnya ibu.. terima kasih sebelumnya ibu</p>	Sudah Ditanggapi
20 October, 2023	<p>assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh</p> <p>yth. ibu swastianingsih, s.e., m.si.</p> <p>saya alex tanjaya, dengan nim 203516416302, prodi ilmu komunikasi, konsentrasi periklanan.</p> <p>saya ingin mengajukan proposal skripsi bab 1-bab 2 saya ibu.</p> <p>terimakasih ibu</p>	Sudah Ditanggapi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

JL. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 203516416302
Nama : ALEX TANJAYA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
18 October, 2023	<p>assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh</p> <p>yth. ibu swastianingsih, s.e., m.si.</p> <p>saya alex tanjaya, dengan nim 203516416302, prodi ilmu komunikasi, konsentrasi periklanan.</p> <p>saya ingin mengajukan judul saya yang sudah di ganti sesuai arahan yang sudah ibu berikan di bimbingan sebelumnya.</p> <p>judul sebelumnya :</p> <p>pemanfaatan media sosial instagram @iksan bangsawan dalam melakukan personal branding kepada gen z</p> <p>judul berubah menjadi :</p> <p>pemanfaatan online advertising content creator @iksan bangsawan dalam melakukan personal branding kepada gen z melalui instagram</p> <p>mohon masukannya dan arahnya ibu.. terima kasih sebelumnya ibu</p>	Sudah Ditanggapi
20 October, 2023	<p>assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh</p> <p>yth. ibu swastianingsih, s.e., m.si.</p> <p>saya alex tanjaya, dengan nim 203516416302, prodi ilmu komunikasi, konsentrasi periklanan.</p> <p>saya ingin mengajukan proposal skripsi bab 1-bab 2 saya ibu.</p> <p>terimakasih ibu</p>	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
20 October, 2023	<p>assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh</p> <p>yth. ibu swastianingsih, s.e., m.si.</p> <p>saya alex tanjaya, dengan nim 203516416302, prodi ilmu komunikasi, konsentrasi periklanan.</p> <p>saya ingin mengajukan proposal skripsi final saya bab 1-bab 3 saya ibu.</p> <p>terimakasih ibu</p>	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
29 January, 2024	<p>selamat malam ibu, saya alex tanjaya</p> <p>berikut adalah notulensi dari bimbingan pada tanggal (28 desember 2023) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tetap menggunakan judul yang lama yaitu "pemanfaatan online advertising content creator @iksanbangsawan dalam melakukan personal branding kepada gen z melalui instagram 2. perbaiki struktur penulisan konsep 3. key informan dan informan di sebutkan, jadwal penelitian <p>akan saya perbaiki secepatnya ya buu semoga ibu dan keluarga dalam keadaan sehat dan sejahtera, amin. terimakasih bu</p>	Sudah Ditanggapi
30 January, 2024	<p>selamat sore ibu, saya alex tanjaya</p> <p>berikut adalah notulensi dari bimbingan pada tanggal (30 desember 2023) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. revisi bab 1-3 2. perbaiki struktur penulisan konsep 3. penambahan body note 4. penambahan key informan dan informan <p>akan saya perbaiki secepatnya ya buu semoga ibu dan keluarga dalam keadaan sehat dan sejahtera, amin. terimakasih bu</p>	Sudah Ditanggapi
30 January, 2024	<p>selamat sore ibu, saya alex tanjaya</p> <p>berikut adalah notulensi dari bimbingan pada tanggal (3 januari 2024) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. revisi bab 1-4 2. perbaiki struktur penulisan konsep 3. penambahan body note 4. penambahan key informan dan informan 5. bab 4 harus sesuai dengan bab 2 <p>akan saya perbaiki secepatnya ya buu semoga ibu dan keluarga dalam keadaan sehat dan sejahtera, amin. terimakasih bu</p>	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 February, 2024	assalamualaikum ibu, mohon maaf mengganggu waktu ibu. mohon izin ibu, berikut revisi skripsi bab iii saya, mohon arahan dan bimbingannya bu, terimakasih ibu	Sudah Ditanggapi
1 February, 2024	assalamualaikum ibu, mohon maaf mengganggu waktu ibu. mohon izin ibu, berikut revisi skripsi bab iv saya dan pertanyaan wawancara pada penelitian saya, mohon arahan dan bimbingannya bu, terimakasih ibu	Sudah Ditanggapi
1 February, 2024	assalamualaikum ibu, mohon maaf mengganggu waktu ibu. mohon izin ibu, berikut revisi skripsi bab i-v saya dan pertanyaan wawancara pada penelitian saya, mohon arahan dan bimbingannya bu, terimakasih ibu	Sudah Ditanggapi
12 February, 2024	assalamualaikum ibu, mohon maaf mengganggu waktu ibu. mohon izin ibu, berikut revisi skripsi bab i-iv saya, mohon arahan dan bimbingannya bu, terimakasih ibu	Sudah Ditanggapi
12 February, 2024	assalamualaikum ibu, mohon maaf mengganggu waktu ibu. mohon izin ibu, berikut revisi skripsi bab i-v saya, mohon arahan dan bimbingannya bu, terimakasih ibu	Sudah Ditanggapi



Lampiran 3

Draft Pertanyaan Wawancara

No. PERTANYAAN

K1 : Key informan Iksan Bangsawan Pemilik Akun Instagram

1. Apa yang ada ketahui tentang online advertising?
2. Bagaimana Iksan Bangsawan merencanakan dan melaksanakan kampanye online advertising di Instagram untuk membangun personal branding?
3. Bagaimana Iksan Bangsawan melakukan online advertising untuk menjangkau audiens di Instagram?
4. Apakah efektif memilih online advertising untuk membangun personal branding saat ini?
5. Mengapa memilih instagram untuk melakukan personal branding?
6. Sejauh mana iksan bangsawan melihat Aplikasi instagram saat ini?
7. Apa strategi utama yang digunakan Iksan Bangsawan dalam memanfaatkan platform Instagram untuk mencapai audiens seperti Gen Z dalam membangun personal branding?
8. Bagaimana Iksan Bangsawan memilih jenis konten yang paling efektif untuk berkomunikasi dengan generasi Z melalui Instagram?
9. Apakah Iksan Bangsawan memanfaatkan Instagram sebagai saluran untuk memberikan edukasi atau informasi yang bermanfaat bagi Gen Z?
10. Bagaimana Iksan Bangsawan memilih waktu jam posting dan frekuensi konten untuk memaksimalkan keterlibatan Gen Z di Instagram dalam membangun personal branding?
11. Bagaimana Iksan Bangsawan menanggapi perkembangan tren konten atau fitur-fitur baru di Instagram?
12. Apakah Iksan Bangsawan menggunakan fitur-fitur Instagram khusus, seperti IGTV, Stories, atau Reels, untuk meningkatkan visibilitasnya?
13. Bagaimana Iksan Bangsawan memanfaatkan kolaborasi dengan merek atau influencer lain untuk memperluas dampak personal brandingnya?
14. Bagaimana Iksan Bangsawan menjaga konsistensi dalam kontennya di Instagram?
15. Bagaimana Iksan Bangsawan membangun keterlibatan dengan audiens Gen Z melalui interaksi dan respons terhadap komentar atau direct message (DM)?
16. Bagaimana Iksan Bangsawan mengelola caption atau teks yang menyertai kontennya untuk meningkatkan keterlibatan Gen Z di Instagram?
17. Apakah Iksan Bangsawan melakukan riset atau analisis trend terkini untuk memahami kebutuhan dan preferensi konten untuk Gen Z di platform Instagram?
18. Apa saja faktor yang menjadi hambatan ketika meng-upload konten ke instagram?
19. Bagaimana Iksan Bangsawan menjaga keaslian dan kepribadian uniknya dalam kontennya di tengah persaingan di platform Instagram?
20. Bagaimana munculnya latar belakang hastag #gretupgrade?
21. Bagaimana Iksan Bangsawan membangun dan memelihara relasi dengan follower setianya di Instagram?

No. **PERTANYAAN**

IF1 : Informan 2 Vikki Nurrohman Followers Aktif Iksan Bangsawan

1. Apa yang anda ketahui tentang online advertising yang dilakukan oleh iksan bangsawan melalui instagram?
2. Bagaimana anda melihat Iksan Bangsawan, dalam merencanakan dan melaksanakan kampanye online advertising di Instagram untuk membangun personal branding?
3. Bagaimana anda melihat Iksan Bangsawan dalam menjalankan online advertising untuk menjangkau audiens di Instagram?
4. Apakah iksan bangsawan sudah efektif memilih online advertising untuk membangun personal branding saat ini?
5. Bagaimana pendapatmu tentang strategi personal branding yang digunakan oleh @iksanbangsawan dalam memanfaatkan platform Instagram untuk mencapai audiens seperti Gen Z?
6. Bagaimana Anda berinteraksi dengan konten yang diunggah oleh Iksan Bangsawan? Apakah Anda pernah berbagi atau mengomentari konten tersebut?
7. Bagaimana pendapatmu tentang konsistensi yang dilakukan oleh iksan bangsawan melalui Instagram?
8. Bagaimana anda menanggapi perkembangan tren konten atau fitur-fitur baru yang digunakan oleh iksan bangsawan di Instagram?
9. Bagaimana anda melihat Aplikasi instagram saat ini sebagai pengguna?
10. Apakah sudah tepatkah Iksan Bangsawan membangun personal branding melalui Instagram?
11. Apa pandangan anda terhadap Iksan Bangsawan yang membangun dan memelihara relasi dengan followers setianya di Instagram?
12. Bagaimana anda melihat konten dari iksan bangsawan, apakah sudah memenuhi kebutuhan atau permasalahan dari gen Z?
13. Apakah konten yang dibagikan oleh Iksan Bangsawan tidak selalu tentang konten kreatif dan digital?
14. Dari konten iksan bangsawan sudah tepatkah bagi Gen Z seperti anda?
15. Apa jenis konten yang paling menarik bagi Anda di Instagram iksan bangsawan, terkait informasi seputar digital yang disampaikan?
16. Apakah kamu pernah membeli sebuah produk atau jasa yang diiklankan oleh iksan bangsawan melalui Instagram?
17. Apa yang menurutmu membedakan personal branding Iksan Bangsawan dari orang lain di instagram?
18. Apakah respon anda tentang konten yang di sampaikan melalui instagram Iksan bangsawan apakah sudah cukup jelas untuk anda?
19. Apakah gen Z lebih tertarik dengan pembahasan seputar digital dan kreatif?
20. Apakah anda pernah terinspirasi konten video yang dilakukan oleh Iksan Bangsawan melalui instagram?

Lampiran 4

Transkrip Wawancara

Wawancara 1

Nama : Iksan Bangsawan

Status : Key Informan

Waktu : 29 Januari 2024

Pertanyaan	Jawaban
<p>Apa yang ada ketahui tentang <i>online advertising</i>?</p>	<p>Online advertising ini tuh bisa beriklan tapi memanfaatkan teknologi internet digital dan yang bagusnya online advertising itu lebih banyak data yang bisa kita dapatkan daripada misalnya baliho offline, baliho offline kita kan enggak bisa mengetahui pastinya berapa orang yang ngelihat gitu, kalau online kita bisa lihat berdasarkan iklan berapa yang view berapa yang klik berapa yang nonton bahkan sampai berapa yang transaksi kalau itu jualan jadi jauh lebih lengkap untuk Insight datanya kalau online advertising itu sih menurutku.</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan merencanakan dan melaksanakan kampanye <i>online advertising</i> di Instagram untuk membangun personal branding?</p>	<p>Caraku untuk merencanakan biasanya saya set dulu tujuan campaign online ku tuh apa misalnya mau bangun personal branding atau misalnya mau jualan produk digital biasanya setelah saya tentukan saya mulai menentukan platform apa yang akan saya pakai untuk online advertising, apakah misalnya pakai Instagram ads atau Instagram boost, biasanya dari situ saya menentukan toolsnya yang saya pakai apa dan biayanya berapa gitu.</p>

<p>Bagaimana Iksan Bangsawan melakukan online advertising untuk menjangkau audiens di Instagram?</p>	<p>Yang harus perlu disiapkan dalam menjalankan online advertising pada instagram adalah konten seperti apa yang kita buat. mau dibuat seperti apa kontennya, kita tentukan dulu objectivenya apa, lalu kita tentukan target marketnya siapa, lalu kita tentukan budgetnya berapa</p>
<p>Apakah efektif memilih online advertising untuk membangun personal branding saat ini?</p>	<p>Ya sangat efektif apalagi kalau misalnya kita orangnya masih baru banget untuk membangun personal branding supaya mempercepat personal brandingnya terbangun memanfaatkan online advertising itu bagus banget tapi yang harus dipastikan adalah konten-konten kita itu harus ada dulu jangan sampai kita melakukan iklan tapi kontennya belum ada.</p>
<p>Mengapa memilih instagram untuk melakukan personal branding?</p>	<p>Kenapa instagram ya, karena dulu sebenarnya kan saya sudah mulai main instagram dari 2009 eh bukan saya mulai dari 2013 nah memang waktu itu pilihannya enggak banyak belum ada tiktok jadi saya pakai instagram aja dan menurutku instagram mudah digunakan dan target audienceku banyak di situ.</p>
<p>Sejauh mana iksan bangsawan melihat Aplikasi instagram saat ini?</p>	<p>Aplikasi Instagram saat ini tuh sudah sangat berkembang ya, karena sudah bisa upload video, mau reels, mau potret, mau horizontal, bahkan kita sudah bisa membayar supaya konten kita makin tersebar luas, jadi menurutku Instagram itu adalah aplikasi yang sangat bagus banget untuk membangun personal branding untuk diri sendiri ataupun untuk bisnis kita.</p>

<p>Apa strategi utama yang digunakan Iksan Bangsawan dalam memanfaatkan platform Instagram untuk mencapai audiens seperti Gen Z dalam membangun personal branding?</p>	<p>Strategi utamaku itu tuh saya selalu memahami kebutuhan atau permasalahan dari gen z misalnya gen z tuh ingin belajar tentang bisnis. Ya sudah saya buat konten membangun personal branding tentang Bisnis bagaimana atau kebutuhan gen z tentang finansial saya buatin beberapa konten tentang itu atau di dunia kreatif saya buatin juga, Selain itu strateginya adalah saya rutin membuat konten yang disukai oleh gen z misalnya formatnya video karena mereka suka format video</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan memilih jenis konten yang paling efektif untuk berkomunikasi dengan generasi Z melalui Instagram?</p>	<p>Caraku memilih jenis konten biasanya sih saya melakukan AB testing ya tes dulu setelah melakukan beberapa test dan udah tahu yang mana yang efektif biasanya saya lanjutkan jenis konten tersebut yang efektif itu</p>
<p>Apakah Iksan Bangsawan memanfaatkan Instagram sebagai saluran untuk memberikan edukasi atau informasi yang bermanfaat bagi Gen Z?</p>	<p>Sebagai saluran edukasi dan informasi bermanfaat bagi gen z ya sangat 90% mungkin kontenku adalah tentang edukasi dan informasi sisanya baru tentang daily life karena memang saya pakai Instagram untuk berbagi sesuatu lah berbagi informasi atau edukasi atau pengalamanku di dunia kreatif atau di dunia bisnis</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan memilih waktu jam posting dan frekuensi konten untuk memaksimalkan keterlibatan Gen Z di Instagram dalam membangun personal branding?</p>	<p>Kalau sekarang jam posting sebenarnya tidak terlalu berpengaruh, yang berpengaruh itu frekuensi konten, jadi sebaiknya ngeposting itu tiga kali atau empat kali dalam satu minggu, tapi ketika membangun personal branding sebaiknya setiap hari sekali ngepost.</p>

<p>Bagaimana Iksan Bangsawan menanggapi perkembangan tren konten atau fitur-fitur baru di Instagram?</p>	<p>Perkembangan trend konten dan fitur-fitur Instagram itu sangat bagus banget, bahkan kita sebaiknya sebagai content creator atau ingin memanfaatkan online advertising kita harus mencoba fitur-fitur baru tersebut supaya akun kita selalu dianggap fresh oleh platform Instagram dan tentunya relate dengan audience gen Z</p>
<p>Apakah Iksan Bangsawan menggunakan fitur-fitur Instagram khusus, seperti IGTV, Stories, atau Reels, untuk meningkatkan visibilitasnya?</p>	<p>Ya saya sangat menggunakan beberapa fitur-fitur instagram, misalnya reals, stories dan juga sekarang aktif juga di channel supaya saya bisa berinteraksi dengan lebih privat dengan beberapa audiensku yang mengikuti channelku, saat ini channelku ada di 3.000 member.</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan memanfaatkan kolaborasi dengan merek atau influencer lain untuk memperluas dampak personal brandingnya?</p>	<p>Kalau kolaborasi dengan merek atau influencer lain memperluas dampak personal branding ya sangat bermanfaat apalagi kalau kolaborasi dengan merk dari sisi lain bisa dapat income karena endorsement kalau kerjasama dengan influencer lain saya bisa bertukar audience jadi audiens dari follower influencer yang lain bisa melihat akunku audience ku juga bisa melihat akun dari influencer yang lain tersebut yang saya ajak kolaborasi.</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan menjaga konsistensi dalam kontennya di Instagram?</p>	<p>Menjaga konsisten biasanya membuat content plan terus sering-sering juga melihat lihat referensi atau trend saat ini juga</p>
<p>Bagaimana Iksan Bangsawan membangun keterlibatan dengan audiens Gen Z melalui</p>	<p>Untuk membangun keterlibatan audience paling sering sebenarnya adalah direct message dan insta story</p>

interaksi dan respons terhadap komentar atau direct message (DM)?	
Bagaimana Iksan Bangsawan mengelola caption atau teks yang menyertai kontennya untuk meningkatkan keterlibatan Gen Z di Instagram?	Mengelola caption atau teks itu biasanya saya pribadi sih enggak terlalu memikirkan hal tersebut karena saya fokusnya di kontennya aja jadi biasanya caption itu untuk jadi pengantarnya saja.
Apakah Iksan Bangsawan melakukan riset atau analisis trend terkini untuk memahami kebutuhan dan preferensi konten untuk Gen Z di platform Instagram?	Melakukan riset ya sangat salah satu riset sederhana dalam melakukan scroll dulu konten-konten yang lagi tren saat ini seperti apa gen z sukanya apa dari situ biasanya saya olah menjadi konten atau bisa juga pakai chat gpt atau google bard untuk nanya-nanya diskusi tentang apa yang lagi tren saat ini.
Apa saja faktor yang menjadi hambatan ketika meng-upload konten ke instagram?	faktor yang menjadi penghambat ya biasanya mood kadang juga tiba-tiba enggak enggak mood buat produksi konten atau internet atau misalnya handphone kita memorinya penuh atau kadang juga ide kontennya terlalu jadul jadi kayak aduh ini udah telat diposting..
Bagaimana Iksan Bangsawan menjaga keaslian dan kepribadian uniknya dalam kontennya di tengah persaingan di platform Instagram?	Menjaga keaslian atau kepribadian ya menjadi jujur aja di dunia perkontenan, karena biasanya ketika kita bikin konten dengan jujur biasanya itu menjadi keaslian juga dan tidak berpura-pura gitu.
Bagaimana munculnya latar belakang hashtag #gretupgrade?	Munculnya hashtag #gretupgrade itu, itu muncul di 2021 di bulan april atau mei begitu. kenapa muncul hashtag itu karena saya ingin

	ketika orang menonton videoku, reelsku itu mereka menjadi mengupgrade menjadi lebih baik lagi bukan upgrade yang salah jadi gret up grade
Bagaimana Iksan Bangsawan membangun dan memelihara relasi dengan follower setianya di Instagram?	Caraku membangun dan memelihara relasi dengan followers setia di instagram yaitu tadi mungkin sesekali saya bikin giveaway, saya bikin konten pribadi, saya membuat konten dengan menjawab pertanyaan mereka, lalu juga sering-sering berinteraksi lewat dm Instagram

Wawancara 2

Nama : Vikki Nurrohman

Status : Informan

Waktu : 30 Januari 2024

Pertanyaan	Jawaban
Apa yang anda ketahui tentang online advertising yang dilakukan oleh iksan bangsawan melalui instagram?	Menurut saya tentang online advertising itu dapat membantu orang untuk melakukan iklan ya, apalagi online advertising yang digunakan kak iksan itu melalui Instagram, setau saya juga instagram tuh bisa lihat insight dan data nya dari beberapa orang yang melihat
Bagaimana anda melihat Iksan Bangsawan, dalam merencanakan dan melaksanakan kampanye online advertising di Instagram	Yang saya tau tentang membangun personal branding melalui online advertising kak iksan tidak boleh asal-asalan, kak iksan juga harus tau apa targetnya, apa yang dimau oleh followersnya, tapi yang saya lihat dari konten nya kak iksan di instagram tuh sudah

untuk membangun personal branding?	melakukan cara yang cukup baik ya terhadap konten yang dia buat melalui media sosial instagram
Bagaimana anda melihat Iksan Bangsawan dalam menjalankan online advertising untuk menjangkau audiens di Instagram?	Dalam menjalankan sebuah online advertising itu tuh kak Iksan harus tau konten yang dibuat tuh arahnya kemana, misalkan kak iksan mau membangun personal branding dia harus tau dulu tuh apa yang harus dia lakukan dalam memulai online advertisingnya
Apakah iksan bangsawan sudah efektif memlih online advertising untuk membangun personal branding saat ini?	Efektif karena dengan kak iksan mennggunakan online advertising nya itu dapat dibilang apa ya, lebih terfokus tuh untuk membangun personal branding nya melalu instagram
Bagaimana pendapatmu tentang strategi personal branding yang digunakan oleh @iksanbangsawan dalam memanfaatkan platform Instagram untuk mencapai audiens seperti Gen Z?	Strategi yang digunakan oleh iksan dalam membentuk personal branding melalui instagram sudah cukup baik menurut ku iksan juga aktif di Instagram, konten yang di upload juga mudah untuk di cerna oleh semua kalangan terutama gen Z
Bagaimana Anda berinteraksi dengan konten yang diunggah oleh Iksan Bangsawan? Apakah Anda pernah berbagi atau mengomentari konten tersebut?	Pada komentar konten video yang ada di Instagram, kak iksan banyak yang ga dibalas, dalam artian kak iksan sering balas komen mungkin ada juga beberapa yang ga terbalas. Tapi kak iksan orang nya humble banget sih pernah waktu itu juga aku komen dibales sama kak iksan.
Bagaimana pendapatmu tentang konsistensi yang	Saya rasa konsistensi yang ditunjukkan oleh kak Iksan melalui Instagram sangat bagus ya. Dia secara teratur bisa menyajikan konten-

<p>dilakukan oleh iksan bangsawan melalui Instagram?</p>	<p>konten berkualitas yang konsisten dengan tema utama yang diusungnya, yaitu seputar digital dan dunia kreatif. Menurut saya konsistensi ini bisa membantu membangun citra personal branding-nya dengan baik.</p>
<p>Bagaimana anda menanggapi perkembangan tren konten atau fitur-fitur baru yang digunakan oleh iksan bangsawan di Instagram?</p>	<p>Untuk sekarang yang saya lihat di instagram terutama konten dari kak iksan sendiri, ya kalo kak iksan menurutku sudah mengikuti segala trend yang ada pada Instagram saat ini ya, dengan fitur-fitur yang dimanfaatkan oleh kak iksan mungkin ya bisa membantu kak iksan untuk membangun personal branding</p>
<p>Bagaimana tanggapanmu melihat Iksan Bangsawan memanfaatkan kolaborasi dengan merek atau influencer lain untuk memperluas dampak personal brandingnya?</p>	<p>Yang saya lihat dari kolaborasi yang dilakukan oleh kak iksan di dalam instagramnya juga cukup menarik mungkin karena dia berkolaborasi dengan beberapa content creator dan beberapa merk produk digital kayaknya, hal itu menurut saya positif karena bisa membantu proses kak iksan dalam membangun personal brandingnya</p>
<p>Apakah sudah tepatkah Iksan Bangsawan membangun personal branding melalui Instagram?</p>	<p>Menurut saya kak Iksan memilih Instagram untuk melakukan personal branding itu sangat baik. Yang saya tau Instagram juga media sosial yang sangat populer, terutama di kalangan Gen Z. Mungkin jika kak iksan memanfaatkan Instagram, bisa menjangkau khalayak yang lebih banyak lagi dan membangun koneksi dengan pengikutnya.</p>
<p>Apa pandangan anda terhadap Iksan Bangsawan yang membangun dan memelihara</p>	<p>Pandangan saya terhadap kak iksan yang membangun dan memelihara relasi dengan followers setianya di Instagram merupakan sebuah hal yang sangat positif. Kak Iksan juga</p>

relasi dengan followers setianya di Instagram?	terlihat memiliki dedikasi yang tinggi terhadap pengikutnya dengan cara aktif terlibat dalam interaksi, memahami kebutuhan dan minat mereka.
Bagaimana anda melihat konten dari iksan bangsawan, apakah sudah memenuhi kebutuhan atau permasalahan dari gen Z?	Konten yang dibuat oleh kak Iksan Bangsawan bisa menjadi acuan kita terhadap dunia kreatif dan digital. Pembahasan dari konten yang di upload juga mudah dipahami dan dimengerti oleh saya selaku Gen Z
Apakah konten yang dibagikan oleh Iksan Bangsawan tidak selalu tentang konten kreatif dan digital?	Konten yang di upload oleh Iksan Bangsawan juga tidak selalu tentang dunia kreatif dan digital. Kadang juga konten yang di upload itu mengenai kehidupan sehari-hari sih, itupun saya tahu karena saya sering melihat insta story nya
Dari konten iksan bangsawan sudah tepatkah bagi Gen Z seperti anda?	Menurut saya, konten yang disajikan oleh kak iksan telah sangat tepat bagi Gen Z, termasuk saya. Kak Iksan memfokuskan kontennya pada topik seputar dunia digital dan kreatif, yang sesuai dengan minat dan kebutuhan generasi kami.
Apakah menurutmu personal branding Iksan Bangsaawan mampu menciptakan komunitas atau rasa kepemilikan bersama di antara <i>followers</i> aktif?	Menurut saya, personal branding kak iksan secara efektif mampu menciptakan komunitas atau rasa kepemilikan bersama di antara <i>followers</i> aktifnya. Kak iksan tidak hanya menyajikan konten, tetapi juga terlibat secara aktif dalam interaksi dengan pengikutnya.
Apa jenis konten yang paling menarik bagi Anda di Instagram iksan bangsawan, terkait informasi seputar digital yang disampaikan?	Menurut saya, jenis konten yang paling menarik di Instagram kak Iksan terkait informasi seputar digital adalah konten yang memberikan wawasan mendalam, terbaru, dan relevan dalam dunia digital. Saya sendiri

	<p>cenderung sangat menyukai kontennya yang edukatif, seperti tips dan trik terkini, ulasan aplikasi atau perangkat digital, serta pemahaman mendalam tentang tren dan inovasi di dunia kreatif.</p>
<p>Apakah kamu pernah membeli sebuah produk atau jasa yang diiklankan oleh iksan bangsawan melalui Instagram?</p>	<p>Saya pernah membeli produk yang diiklankan oleh Iksan Bangsawan melalui insta story. Produk yang pernah saya beli adalah lighting, waktu itu saya beli untuk pembuatan video yang saya lakukan.</p>
<p>Apa yang menurutmu membedakan personal branding Iksan Bangsawan dari orang lain di instagram?</p>	<p>Menurut saya, yang membedakan personal branding yang dilakukan kak Iksan dari orang lain di Instagram mungkin fokusnya yang sangat kuat pada konten digital dan dunia kreatif. Kak Iksan menurut saya berhasil menciptakan citra diri yang autentik dan menarik dengan menyajikan konten yang informatif, edukatif, dan kreatif.</p>
<p>Apakah respon anda tentang konten yang di sampaikan melalui instagram Iksan bangsawan apakah sudah cukup jelas untuk anda?</p>	<p>Menurut saya, respon terhadap konten yang disampaikan melalui Instagram oleh kak Iksan sudah cukup jelas. Kak Iksan memiliki cara yang baik untuk menjelaskan informasi seputar digital dengan gaya yang mudah dipahami. Kontennya juga dirancang dengan baik, menggunakan bahasa yang sederhana dan seringkali disertai dengan ilustrasi atau contoh yang mempermudah pemahaman bagi saya sekaligus pengikut.</p>
<p>Apakah gen Z lebih tertarik dengan pembahasan seputar digital dan kreatif?</p>	<p>Menurut saya, Gen Z cenderung lebih tertarik dengan pembahasan seputar digital dan kreatif. Gen Z ini tumbuh di era digital yang pesat, sehingga topik seputar digital seperti</p>

	seputar digital dan kreatif sangat relevan dan menarik bagi mereka. Selain itu, Gen Z juga dikenal sebagai generasi kreatif yang senang mengeksplorasi berbagai bentuk ekspresi diri, termasuk dalam dunia kreatif.
Apakah anda pernah terinspirasi konten video yang dilakukan oleh Iksan Bangsawan melalui instagram?	Saya pernah tertarik ingin membuat konten yang dilakukan oleh kak iksan dengan membuat konten serupan melalui kreativitas yang saya miliki.



Lampiran 5**Dokumentasi Penelitian**

- **Wawancara dengan Iksan Bangsawan Selaku pemilik akun instagram (Key Informan)**



- **Wawancara dengan Vikki Nurrohman Followers Aktif Iksan Bangsawan (Informan)**



Lampiran 6

Surat Keterangan Pendamping Ijazah

SKPI-UNAS ALEX TANJAYA

SURAT KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL


Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Kerja Magang Selama 3 Bulan	internship for 3 months	KPT	500		Disetujui	✓
2	Sertifikat Webinar Perkembangan Hukum Kepilitan di Indonesia 15 Juni 2020	Webinar Certificate on the Development of Civil Service Law in Indonesia 15 June 2020	KPL	600		Disetujui	✓
3	Sertifikat Webinar Menciptakan Konten Kreatif Dan Memperluas Jangkauan Bisnis Melalui Blog 16 Januari 2023	Webinar Certificate on Creating Creative Content and Expanding Business Reach Through Blogs January 16, 2023	KPL	200		Disetujui	✓
4	Sertifikat Webinar Diskusi Publik Pemuda Bersuara 23 Juli 2021	Youth Speak Out Public Discussion Webinar Certificate 23 July 2021	KPL	200		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP	:0
KPL	:1000
KPT	:500
Skor yang Disetujui	:1500

Design and constructed by BPSI © Universitas Nasional - 2024 All Right Reserved



Lampiran 7**Daftar Riwayat Hidup Penulis**

Nama : Alex Tanjaya
NPM : 203516516048
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Februari 2002
Alamat : Kp.Ciawet Curug Kuda RT/RW
010/002 Jawilan, Kabupaten Serang
No. HP : 085213302407
Email : alextanjaya28@gmail.com
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

Pendidikan Formal

1. Sekolah Dasar : SDN 17 Cengkareng Timur
2. Sekolah Menengah Pertama : SMPN 1 Jawilan
3. Sekolah Menengah Kejuruan : SMAN 1 Jawilan
4. Perguruan Tinggi : Universitas Nasional

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Alex Tanjaya
 NPM : 203516416302
 Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
 Tanggal Sidang : 4 Maret 2024




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

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

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

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

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 7 Maret 2024	TGL: 7 Maret 2024	TGL: 7 Maret 2024
		
Swastiningsih, S.E., M.Si.	Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	Alex Tanjaya



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Alex Tanjaya
No. Pokok : 203516416302
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 12 Februari 2002
Alamat Rumah : Kp.Ciawet Curug Kuda RT/RW 010/002
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 085213302407
Alamat Kantor : -
E-mail : alextanjaya28@gmail.com

Jakarta, 4 Maret 2024

Alumni,

Alex Tanjaya

Lampiran 8

Hasil Uji Cek Plagiarism



Similarity Report ID: oid:3618:51266123

PAPER NAME
Alex Tanjung - Cek Turnitin 1.pdf

AUTHOR
alex tanjaya

WORD COUNT
17855 Words

CHARACTER COUNT
117722 Characters

PAGE COUNT
90 Pages

FILE SIZE
3.7MB

SUBMISSION DATE
Feb 12, 2024 3:40 PM GMT+7

REPORT DATE
Feb 12, 2024 3:41 PM GMT+7

● **22% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 19% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 14% Submitted Works database



Summary