



UNIVERSITAS NASIONAL

PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING MUHAMMAD REJA
BAIHAQQI SEBAGAI INFLUENCER

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.KOM)

Ananda Pramudya

193516516488

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

UTILIZATION OF INSTAGRAM IN BUILDING MUHAMMAD REJA
BAIHAQQI'S PERSONAL BRANDING
AS AN INFLUENCER

THESIS

Submitted as one to obtain a Bachelor of Communication Science
degree (S.I.KOM)

Ananda Pramudya

193516516488

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATIONS STUDY PROGRAM

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

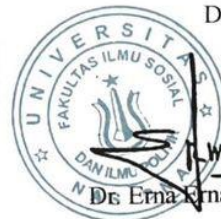
Nama : Ananda Pramudya
NPM : 193516516488
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Jurnalistik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Personal Branding Muhammad Reja Baihaqqi Sebagai Influencer.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 01 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.

Dekan



De Erna Enawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ananda Pramudya
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516488
Jurusan : Jurnalistik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Personal Branding Muhammad Reja Balhaqqi Sebagai Influencer

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 01 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Safrizal Rambe S.IP. M.SI

Penguji I : Dra. Masnah M.SI

Penguji II : Djudjur Luclana R., S.Sos. M.SI

Keterangan :

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Ananda Pramudya
NPM : 193516516488
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 22 Februari 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING
MUHAMMAD REJA BAIHAQQI SEBAGAI INFLUENCER

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

USING INSTAGRAM IN BUILDING MUHAMMAD REJA BAIHAQQI'S PERSONAL
BRANDING AS AN INFLUENCER

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si.	Drs. Adi Prakosa, M.Si.	Ananda Pramudya
TGL : 01 Maret 2023	TGL : 01 Maret 2023	TGL : 01 Maret 2023
		



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ananda Pramudya
NPM : 193516516488
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Personal Branding Muhammad Reja Baihaqqi Sebagai Influencer
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, Februari 2023

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Ananda Pramudya

Npm : 193516516488

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Personal Branding
Muhammad Reja Baihaqqi Sebagai Influencer

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 ataupun perguruan tinggi lainnya.

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

Jakarta, 08/02/2024

Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
AKX321960539
Ananda Pramudya



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Ananda Pramudya
No. Pokok : 193516516488
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 16 Juli 2001
Alamat Rumah : Jalan Bangka Gg. Satria Rt 008 / Rw 011,
Pela mampang Jakarta Selatan, 12720
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 089665792036
Alamat Kantor :
E-mail : anandaprmay167@gmail.com

Jakarta, 27 Februari 2023
Alumni,

Ananda Pramudya

ABSTRAK

Nama : Ananda Pramudya
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun
Personal Branding Muhammad Reja Baihaqqi

Sebagai Influencer

Kata Kunci : <i>Personal Branding, Influencer, Instagram</i>	<p>Perkembangan teknologi saat ini mengakibatkan berkembangnya aspek kehidupan manusia, banyaknya media yang muncul di masyarakat. Instagram merupakan media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Instagram juga dapat membangun brand dan dapat membangun <i>personal branding</i> bagi para penggunanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan instagram Muhammad Reja Baihaqqi dalam membangun <i>personal branding</i> sebagai <i>influencer</i>. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kepustakaan. Hasil penelitian Muhammad Reja Baihaqqi menggunakan delapan unsur pembentukan <i>personal branding</i> yaitu, a) Spesialisasi dimana Muhammad Reja Baihaqqi adalah pecinta otomotif, sehingga tidak heran jika Muhammad Reja Baihaqqi memahami beberapa bagian tentang dunia otomotif, b) Kepemimpinan, Muhammad Reja Baihaqqi menunjukan bahwa dirinya bisa mendapat endorse maka para pengikutnya bisa mengikutinya jika ingin mengikuti prosesnya, c) personalia artinya Muhammad Reja Baihaqqi berpenampilan sederhana, dan Muhammad Reja Baihaqqi juga merupakan pribadi yang ramah kepada para pengikutnya, d) Perbedaan pada Muhammad Reja Baihaqqi dan influencer otomotif yang lain yaitu menurut Muhammad Reja Baihaqqi masih ada influencer otomotif yang kurang peka terhadap hari-hari besar, dan justru Muhammad Reja Baihaqqi sangat menghormati hari-hari besar dalam bentuk apapun, e) Untuk tampak terlihat dengan para pengikutnya Muhammad Reja Baihaqqi rutin dan konsisten menggugah perasaan instagram story minimal 5 unggahan per harinya, f) Unity artinya etika moral dan sikap Muhammad Reja Baihaqqi selalu menunjukkan sikap ramah terhadap para penonton videonya dengan ramah dengan menggabungkan tangannya kedepan yang menunjukkan bahwa etika dan moralnya baik terhadap siapapun, g) Kegigihan bahwa dari tahun 2016 hingga sekarang, Muhammad Reja Baihaqqi rutin mengunggah foto dan video yang berisi konten-konten tentang otomotif, h) Nama baik yaitu Reynalto yang tidak pernah merespon orang-orang yang tidak suka pada dirinya supaya nama baiknya terjaga</p>
Pembimbing	Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.si.

ABSTRACT

Name : Ananda Pramudya
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : *Utilization of Instagram in Building Personal Branding Muhammad Reja Baihaqqi as an Influencer*

<p>Keywords :</p> <p>Personal Branding, Influencer, Instagram</p>	<p><i>Current technological developments result in the development of aspects of human life, the many media that appear in society. Instagram is a social media favored by the people of Indonesia. Instagram can also build a brand and can build personal branding for its users. The purpose of this research is to find out and analyze Muhammad Reja Baihaqqi's use of Instagram in building personal branding as an influencer. The method used is descriptive qualitative with data collection through interviews, observation, documentation, and literature. The results of Muhammad Reja Baihaqqi's research use eight elements of personal branding formation, namely, a) Specialization where Muhammad Reja Baihaqqi is an automotive lover, so it's not surprising that Muhammad Reja Baihaqqi understands several parts of the automotive world, b) Leadership, Muhammad Reja Baihaqqi pointed out that he could get endorsements then his followers can follow him if they want to follow the process, c) personnel means that Muhammad Reja Baihaqqi has a simple appearance, and Muhammad Reja Baihaqqi is also a friendly person to his followers, d) The difference between Muhammad Reja Baihaqqi and other automotive influencers is according to Muhammad Reja Baihaqqi there are still automotive influencers who are not sensitive to big holidays, and in fact Muhammad Reja Baihaqqi really respects big holidays in any form, e) To be seen with his followers Muhammad Reja Baihaqqi routinely and consistently evokes feelings on Instagram stories, at least 5 uploads r day, f) Unity means moral ethics and Muhammad Reja Baihaqqi's attitude always shows a friendly attitude towards all of his video viewers in a friendly way by joining his hands forward which shows that his ethics and morals are kind to anyone, g) Persistence that from 2016 until now, Muhammad Reja Baihaqqi regularly uploads photos and videos containing content about automotive, h) Good name, namely Reynalto, who never responds to people who don't like him so that his good name is maintained</i></p>
<p>Advisor</p>	<p>Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.si.</p>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur selalu dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, berkah, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis juga haturkan atas kehadiran Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. El Amry Bermari Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si selaku wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Nursatyo, M.Si selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
7. Dra. Masnah, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan, serta meluangkan waktunya kepada saya.

8. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan, kesabaran, keikhlasan, serta meluangkan waktunya meskipun terkadang penulis menghadapi hambatan.
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. Penulis juga mengucapkan syukur dan terimakasih kepada Kedua orang tua yaitu Ilyas dan Siti Muminah yang telah memberikan banyak doa, memberikan banyak dukungan moral dan moril kepada penulis.
11. Selanjutnya kepada kakak - kakak yang telah memberikan semangat dan memberikan banyak sekali dukungan kepada saya untuk menempuh skripsi ini, yaitu Ekky Tyas Herwanda dan Izzati Fajarina.
12. Kemudian kepada Kekasih Wanda Dhealiana Susiawan yang berjuang dan selalu memotivasi penulis untuk bersama-sama berjuang menempuh skripsi.

Terima kasih atas semua bantuan, dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT, memberikan balasan yang terbaik untuk segala bentuk kebaikan yang diberikan pada penulis. Semoga juga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, Februari 2023



Ananda Pramudya

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
2.2. Teori Media Baru	20
2.3. Instagram	24
2.4. Fitur-Fitur Instagram	29
2.5. Makna Logo Instagram	34
2.6. Visi dan Misi Instagram	39
2.7. Kelebihan dan kekurangan Instagram	40
2.8. <i>Personal Branding</i>	42
2.9. Kerangka Penelitian	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Pendekatan Penelitian	48
3.2. Paradigma Penelitian	49
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	50
3.4. Penentuan Informan	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	54
3.7. Teknik Keabsahan Data	57
Lokasi dan Jadwal Penelitian	57

BAB IV GAMBARAN UMUM.....	59
4.1. Sejarah Instagram Muhammad Reja Baihaqqi	59
4.2. Analisis Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun <i>Personal Branding</i> Muhammad Reja Baihaqqi Sebagai <i>Influencer</i>	62
4.3. Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 KESIMPULAN	82
5.2 SARAN	83
5.2.1 Saran Praktis	83
5.2.2 Saran Teoritis	83
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Surat Konsultasi Bimbingan

Lampiran : Surat Ketersediaan Pembimbing

Lampiran : Permohonan Penelitian

Lampiran : Surat Konsultasi Bimbingan

Lampiran : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran : Transkrip Wawancara

Lampiran : Riwayat Diri

Lampiran : Hasil Cek Turnitin



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Instagram Web	3
Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Di Dunia	5
Gambar 1.1 Akun Instagram Muhammad Reja	9
Gambar 4.1.3 Perubahan Logo Lama Dan Logo Baru Instagram.....	37
Gambar 4.2.1 Konten Otomotif Muhammad Reja	64
Gambar 4.2.2 Konten Endorse Muhammad Reja	66
Gambar 4.2.3 Percakapan Muhammad Reja Dengan Pengikut Dari Komen	67
Gambar 4.2.4 Kegiatan Hari Raya Idul Adha Muhammad Reja.....	69
Gambar 4.2.5 Unggahan Instagram Story Muhammad Reja	70
Gambar 4.2.6 Konten <i>Review</i> Muhammad Reja.....	72
Gambar 4.2.7 Salah Satu Konten Muhammad Reja Dengan Banyak <i>Likes</i>	74
Gambar 4.2.8 Perkataan <i>Haters</i> Terhadap Muhammad Reja	76