



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* SELEBGRAM JHARNA  
BHAGWANI SEBAGAI *BEAUTY INFLUENCER* PADA AKUN INSTAGRAM  
PRIBADI @JHARNABHAGWANI**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom)**

**Muhammad Haeikal 193516516252**

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

**2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**ANALYSIS OF PERSONAL BRANDING FORMATION OF CELEBGRAM JHARNA  
BHAGWANI AS BEAUTY INFLUENCER ON PERSONAL INSTAGRAM  
ACCOUNT @JHARNABHAGWANI**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor degree in**

**Communication**

**(S.I.Kom)**

**Muhammad Haeikal**

**193516516252**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCE**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**2023**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

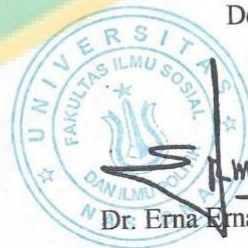
Nama : Muhammad Haeikal  
NPM : 193516516252  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram Jharna  
Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi  
@Jharnabhagwani  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan  
Jakarta, 7 Maret 2023

Dosen Pembimbing,

Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Muhammad Haeikal  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516252  
Jurusan : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram  
Jharna Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi  
@Jharnabhagwani

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 7 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Drs. Harun Umar, M.Si.

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

Penguji II : Yuyu Sriwartini, 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 : Muhammad Haeikal  
NPM : 193516516252  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi, Public Relations  
Tanggal Sidang : 27 Februari 2023

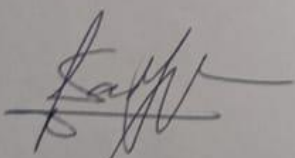

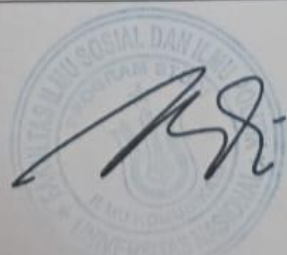

### JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram Jharna Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi @Jharnabhagwani

### JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Analysis of Personal Branding Formation of Celebgram Jharna Bhagwani As Beauty Influencer On Personal Instagram Account @Jharnabhagwani

### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 7 Maret 2023	TGL : 7 Maret 2023	TGL : 7 Maret 2023
	 	

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Haeikal

NPM : 193516516252

Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram Jharna Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi @Jharnabhagwani

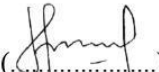
Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Harun Umar, M.Si.

  
(.....)

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

  
(.....)

Pembimbing II/Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 07 Maret 2023

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Haeikal

NPM : 193516516252

Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram Jhama Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi @Jharnabhagwani

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 atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian 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, 9 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Haeikal

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Haeikal  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Selebgram Jharna Bhagwani Sebagai *Beauty Influencer* Pada Akun Instagram Pribadi @Jharnabhagwani

Kata Kunci :  Personal branding, Media sosial, Instagram, Jharna Bhagwani, Beauty influencer	<p><i>Personal branding</i> di era digital saat ini sangat dibutuhkan untuk melabelkan diri dan mempermudah mencari relasi di dalam dunia kerja. Jharna Bhagwani menggunakan instagram sebagai media untuk membangun <i>personal branding</i> sebagai selebgram <i>beauty influencer</i>. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran <i>personal branding</i> selebgram Jharna Bhagwani sebagai <i>beauty influencer</i> dalam akun instagram @jharnabhagwani. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan studi deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka. Penulis menggunakan Teori Dramaturgi, Teori <i>Manajemen Impression</i>, dan 8 konsep pembentukan <i>Personal Branding</i>. Berdasarkan hasil penelitian, dalam membangun <i>personal branding</i> Jharna Bhagwani melalui akun instagram pribadi @jharnabhagwani <i>personal branding</i> Jharna Bhagwani di media sosial khususnya instagram sudah memenuhi 8 konsep pembentukan <i>personal branding</i> dan membuat <i>impression</i> yang baik kepada <i>followers</i>-nya atau masyarakat umum.</p>
Dosen Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.,



## ABSTRAK

Name : Muhammad Haeikal

Study Program : Bachelor, Specialization in Communication

Title : Analysis of Personal Branding Formation of Celebgram Jharna Bhagwani As Beauty Influencer On Personal Instagram Account @Jharnabhagwani

Keywords: Personal branding, Social Media, Instagram, Jharna Bhagwani, Beauty influencer	Personal branding in today's digital era is needed to label yourself and make it easier to find relationships in the world of work. Jharna Bhagwani uses instagram as a medium to build personal branding as a beauty influencer celebgram. The purpose of this study was to find out the personal branding picture of celebgram Jharna Bhagwani as a beauty influencer on @jharnabhagwani Instagram account. The method used in this study uses a qualitative approach by conducting descriptive studies with data collection through literature studies. The author uses Dramaturgical Theory, Impression Management Theory, and 8 concepts of Personal Branding formation. Based on the results of the research, in building personal branding Jharna Bhagwani through personal Instagram accounts @jharnabhagwani personal branding Jharna Bhagwani on social media, especially Instagram, has fulfilled 8 concepts of forming personal branding and making a good impression to his followers or the general public.
Mentor	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.,

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan Seminar Proposal dengan judul “ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING SELEBGRAM JHARNABHAGWANI SEBAGAI BEAUTY INFLUENCER (KAJIAN PADA AKUN INSTAGRAM SELEBGRAM @JHARNABHAGWANI SEBAGAI BEAUTY INFLUENCER)*”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mendapat gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini ditemukan berbagai hambatan dan rintangan. Namun berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan Skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M..Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si beserta jajarannya
4. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan banyak ilmu, saran, dan semangat.
5. Bapak Umar Fauzi Bahanan, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah senantiasa memberikan waktu dan saran kepada penulis

6. Ibu Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si. selaku Dosen yang membantu saya dalam proses menulis skripsi
7. Seluruh staff dan karyawan Universitas Nasional khususnya mba Nila atas bantuan dan dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan
8. Keluarga penulis khususnya Ayah, Ibu, Idan dan Kayla yang telah memberikan dukungan moral, doa serta materil demi kelancaran penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Salwa Lenka Trixie yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, selalu menemani, mendukung, dan menjadi penyemangat untuk penulis.
10. Teman teman seperjuangan angkatan 2019



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.4.3 Manfaat Metodologis.....	14
1.4.4 Manfaat Sosial.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Research gap .....	23
2.2 State of The Art .....	25
2.3 Landasan Konseptual .....	27
2.3.1 Personal Branding .....	27
2.3.2 Personal Branding Menurut Peter Montoya.....	28
2.3.3 Tujuan Personal Branding.....	29
2.3.4 Strategi Membangun Personal Branding .....	30
2.3.5 Pembentukan <i>Personal Branding</i> .....	30
2.3.6 Karakteristik <i>Personal Branding</i> .....	31
2.3.7 Elemen dalam <i>Personal Branding</i> .....	31
2.3.8 Selebgram .....	32
2.3.9 Media Sosial .....	33
2.3.10 Instagram .....	36
2.3.11 Fitur Instagram .....	38
2.4 Landasan Teori .....	42
2.4.1 Teori Dramaturgi Erving Goffman.....	42
2.4.2 Impression Management.....	43
2.5 Kerangka Pemikiran .....	45
BAB III.....	46
METODELOGI PENELITIAN .....	46

3.1	Paradigma Penelitian .....	46
3.2	Pendekatan dan Metode Penelitian .....	47
3.3	Subjek dan Objek .....	48
3.3.1	Subjek Penelitian .....	48
3.3.2	Objek Penelitian .....	48
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.4.1	Data Primer .....	49
3.4.2	Data Sekunder .....	49
3.5	Metode Analisis Data .....	49
3.6	Metode Keabsahan Data .....	51
BAB IV .....		53
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1	Profil Jharna Bhagwani .....	53
4.2	Hasil Penelitian .....	54
4.2.1	Media Sosial Instagram .....	54
4.2.2	Akun Instagram Jharna Bhagwani @jharnabhagwani .....	56
4.3	Personal Branding Selebgram Jharna Bhagwani Sebagai Beauty Influencer .....	59
4.4	Perspektif 8 Konsep Pembentukan Personal Branding .....	59
4.4.1	Spesialisasi ( The Law of Specialization ) .....	59
4.4.2	Kepemimpinan ( The Law of Leadership ) .....	62
4.4.3	Kepribadian ( The Law of Personality ) .....	64
4.4.4	Perbedaan ( The Law of Distinctiveness ) .....	67
4.4.5	Kenampakan ( The Law of Visibility ) .....	69
4.4.6	Kesatuan ( The Law of Unity ) .....	73
4.4.7	Keteguhan ( The Law of Persistence ) .....	74
4.4.8	Nama Baik ( The Law of Goodwill ) .....	77
4.5	Perspektif Teori Dramaturgi .....	78
4.5.1	Front Stage dan Back Stage Jharna Bhagwani .....	79
4.6	Perspektif Teori Management Impression .....	80
4.7	Pembahasan .....	81
BAB V .....		84
PENUTUP .....		84
5.1	Kesimpulan .....	84
5.2	Saran .....	86

5.2.1	Saran Akademis.....	87
5.2.2	Saran Praktis.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 1. 2.....	5
Gambar 1. 3.....	8
Gambar 1. 4.....	10
Gambar 2. 1.....	37
Gambar 2. 2.....	37
Gambar 2. 3.....	39
Gambar 2. 4.....	39
Gambar 2. 5.....	40
Gambar 4. 1.....	56
Gambar 4. 2.....	57
Gambar 4. 3.....	60
Gambar 4. 4.....	61
Gambar 4. 5.....	63
Gambar 4. 6.....	65
Gambar 4. 7.....	66
Gambar 4. 8.....	68
Gambar 4. 9.....	69
Gambar 4. 10.....	71
Gambar 4. 11.....	72
Gambar 4. 12.....	74
Gambar 4. 13.....	76

