



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI
SEBAGAI *CONTENT FLEXING INFLUENCER* PADA AKUN SOSIAL
MEDIA TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarakat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

Ahmad Fiqri Pratama

NPM 193516516495

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2022/2023



NASIONAL UNIVERSITY

**THE ANALYSIS OF PERSONAL BRANDING ESTABLISHMENT OF
IBNU WARDANI AS INFLUENCER AND CONTENT FLEXING IN
TIKTOK SOCIAL MEDIA ACCOUNT**

THESIS

This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor Degree of
Communication Science (S.I.Kom)

Ahmad Fiqri Pratama

NPM 193516516495

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2022/20




PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESABAN SKRIPSI


Nama : Ahmad Fiqri Pratama
NPM : 191fi.15116491
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Pembentukan Personal Branding Ibnu Wardani
Sebagai Content Flexing Influencer Pada Akun Sosial
Media Tiktok
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Soata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, Agustus 2023

Dosen Pembimbing


Cyntia Dewi Aagraini M.ikom

Dekan


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA


FORMULIR 4

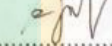
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Ahmad Fiqri Pratama
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516495
Jurusan : Publik Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Pembentukan Personal Branding
Ibnu Wardana Sebagai Content Flexing Influencer Pada Akun
Sosial Media Tiktok

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 10 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 20

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakasa, M.S. 

Penguji I : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.P. M.P.TV 

Penguji II : Cynthia Dewi Anggraini M.I.Kom 

Keterangan:

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



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

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Fiqri Pratama
NPM : 193516516495
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Ibnu Wardani
Sebagai *Content Flexing Influencer* Pada Akun Sosial
Media Tiktok

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 2023

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Cyntia Dewi Anggraini M.I.Kom.

Drs. Adi Prakosa, M.Si.



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 Manila 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 : **Cyntia Dewi Anggraini, S.Ikom., M.Ikom.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Ahmad Fiqri Pratama
Nomor Pokok : 193516516495
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

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, 4 Maret 2023

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fiqri Pratama

Npm : 193516516495

Judul Skripsi : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Ibnu Wardani Sebagai *Content Flexing Influencer* Pada Sosial Media Tiktok

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 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, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Ahmad Fiqri Pratama

ABSTRAK

Nama : Ahmad Fiqri Pratama
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Pembentukan *Personal Branding* Ibnu Wardani Sebagai *Content Flexing Influencer* Pada Akun Media Sosial Tiktok

Kata Kunci : *Personal branding* pada zaman modern kini memiliki peran Personal Branding, Media sosial, Tiktok, Ibnu Wardani, *Influencer*, *Content Flexing Influencer*, yang sangat penting dalam mempermudah seorang individu dalam membuat relasi dalam dunia pekerjaan. Ibnu Wardani menggunakan media sosial Tiktok sebagai wadah dalam membentuk *personal branding* sebagai seorang *influencer* dan *content flexing*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bentuk *personal branding* Ibnu Wardani sebagai *content flexing influencer* pada akun media sosial Tiktok. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan studi deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka. Penulis menggunakan Teori 8 konsep pembentukan *personal branding*. Berdasarkan hasil yang telah dibahas mengenai *eight laws of personal branding* menurut Peter Montoya, Ibnu Wardani melalui media sosial Tiktok pribadinya belum memenuhi kedelapan konsep tersebut. Dari kedelapan konsep *personal branding* Peter Montoya, Ibnu Wardani belum memenuhi salah satu unsur, yaitu pada Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) karena Ibnu Wardani belum menonjolkan keunggulan yang dimilikinya, tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, dan/atau pengakuan sebagai pemimpin di mata khalayak.

ABSTRACT

Name : Ahmad Fiqri Pratama
Study Program : Communication Science
Title : *The Analysis Of Personal Branding Establishment Of Ibnu Wardani As Influencer And Content Flexing In Tiktok Social Media Account*

Keywords : *In modern ages like now, personal branding has a very important role in facilitating an individual in making relationships in the world of work. Ibnu Wardani uses Tiktok social media as a forum for forming personal branding as an influencer and content flexing. The purpose of this research is to analyze establishment of personal branding of Ibnu Wardani as a content flexing influencer on Tiktok social media accounts. The method used in this research uses a qualitative approach by conducting a descriptive study by collecting data through a literature study. The author uses eight laws of personal branding. Based on the results discussed regarding the eight laws of personal branding according to Peter Montoya, Ibnu Wardani through his personal Tiktok social media has not fulfilled these eight concepts. Of the eight personal branding concepts of Peter Montoya, Ibnu Wardani has not complete one of the elements, namely Leadership (The Law of Leadership) because Ibnu Wardani has not highlighted his excellence, does not have a great influence on society, and/or recognition as a leader in the society.*

KATA PENGANTAR

Assalamu ‘Alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan kasih dan sayang kepada kita sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik yang berjudul “**ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* IBNU WARDANI SEBAGAI *CONTENT FLEXING INFLUENCER* PADA AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mendapat gelar sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Mengingat banyaknya hambatan yang Penulis hadapi, Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sederhana dan jauh dari sempurna. Tanpa ada dukungan, serta bimbingan, bantuan, dan petunjuk yang sangat berguna

bagi penulis dari semua pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik mengingat terbatasnya kemampuan penulis. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih 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.

4. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Cyntia Dewi Anggraini M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan banyak ilmu, saran, dan semangat.
6. Seluruh staf dan karyawan Universitas Nasional atas bantuan dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Ayah, Ibu, Adik, dan Nenek, keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral, doa, serta materi demi kelancaran mengerjakan skripsi ini.
8. Kevin Kusuma Ibadurakhman, S.H. dan Muhammad Naufal Rabbani, para sahabat yang selalu memberikan dukungan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
9. Afriana Mega Driantika yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, selalu menemani, mendukung, dan menjadi penyemangat untuk penulis
10. Ridho Haikal, dan Muhammad Khosiin, saudara-saudara yang selalu memberikan saran serta masukan demi kelancaran pembuatan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh bantuan, doa, dan semangat, serta dukungan dan segala bentuk pengetahuan yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap kebaikan seluruh pihak tersebut dibalas oleh Allah Swt. berkali-kali lipat. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sehingga dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan.



Jakarta, 20 Juli 2023

Penulis

Ahmad Fiqri Pratama

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI

Error! Bookmark not defined.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 <i>State of The Art</i>	25
2.3 Landasan Teori	27
2.4 Landasan Konseptual	30
2.5 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODELOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Pendekatan Penelitian	42
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.6 Metode Keabsahan Data	46

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	47
BAB IV PEMBAHASAN.....	48
4.1 Profil Ibnu Wardani	48
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Media Sosial Tiktok.....	50
4.2.2 Akun Tiktok Ibnu Wardani @Ibnuwardani	52
4.3 Ibnu Wardani sebagai content flexing influencer.....	53
4.4 Perspektif 8 Konsep Pembentukan Personal Branding	57
4.4.1 Spesialisasi (The Law of Specialization)	57
4.4.2 Kepemimpinan (The Law of Leadership)	61
4.4.3 Kepribadian (The Law of Personality)	62
4.4.4 Perbedaan (The Law of Distinctiveness).....	65
4.4.5 Kenampakan (The Law of Visibility).....	69
4.4.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	72
4.4.7 Keteguhan (The Law of Persistence)	74
4.4.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwil</i>).....	76
4.5 Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik pengguna media sosial.....	2
Gambar 1. 1 Media sosial dengan pengguna terbanyak.....	3
Gambar 1. 2 Persentase pengguna Tiktok.....	5
Gambar 1. 3 Hasil riset <i>Followers</i> Tiktok terbanyak di Indonesia.....	10
Gambar 1. 4 Jumlah <i>followers</i> dan <i>likes</i> Ibnu Wardani.....	11
Gambar 1. 5 Konten Ibnu Wardani di stitch oleh pengguna Tiktok lain	13
Gambar 1. 6 Konten flexing Ibnu Wardani.....	14
Gambar 4.1 Fitur <i>hashtag</i> pada aplikasi Tiktok	48
Gambar 4. 2 Akun Tiktok Ibnu Wardani.....	48
Gambar 4. 3 Konten flexing Ibnu Wardani.....	50
Gambar 4. 4 Konten flexing Ibnu Wardani.....	50
Gambar 4. 5 Konten flexing Ibnu Wardani.....	51
Gambar 4. 6 Konten flexing Ibnu Wardani.....	51
Gambar 4. 7 Konten flexing Ibnu Wardani.....	52
Gambar 4. 8 Konten flexing Ibnu Wardani.....	52
Gambar 4. 9 <i>Content</i> Ibnu Wardani.....	54
Gambar 4. 10 <i>Content</i> Ibnu Wardani.....	55
Gambar 4. 11 <i>Content</i> Ibnu Wardani.....	56
Gambar 4. 12 <i>Content</i> Ibnu Wardani.....	59
Gambar 4. 13 <i>Content</i> Ibnu Wardani.....	60

Gambar 4. 14	<i>Content</i> Ibnu Wardani ramai di <i>sticth</i>	62
Gambar 4. 15	<i>Content</i> viral Ibnu Wardani	63
Gambar 4. 16	Konten <i>daily activities</i> Ibnu Wardani	64
Gambar 4. 17	Konten-konten Ibnu Wardani	66
Gambar 4. 18	Konten <i>endorsement</i> Ibnu Wardani	67
Gambar 4. 19	Konten Ibnu Wardani	69
Gambar 4. 20	Unggahan pertama Ibnu Wardani	71
Gambar 4. 21	<i>Content</i> berbagi Ibnu Wardani	73
Gambar 4. 22	<i>Content</i> Ibnu Wardani dengan <i>followers</i>	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2	Tabel State of the art	26
Tabel 3. 1	Tabel Perencanaan Penelitian	43