



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PERSONAL BRANDING DAN SUMBER PENDAPATAN BAGI  
KONTEN KREATOR @TS.JASMINE**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**FELIZHA NUR DAHLIA**

**223516516648**

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

**2025**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**THE UTILIZATION OF INSTAGRAM  
AS A PERSONAL BRANDING MEDIUM AND SOURCE OF INCOME  
FOR CREATOR @TS.JASMINE**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements to obtain the degree of  
Bachelor of Communication Science**

**FELIZHA NUR DAHLIA**

**223516516648**

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

**2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Felizha Nur Dahlia  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516648  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kekhususan : Kehumasan  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Dan Sumber Pendapatan Bagi Konten Kreator Tsana Jasmine  
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 diujikan**

Jakarta, 17 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E.,M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E.,M.Si.

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.



## PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Felizha Nur Dahlia  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516648  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kekhususan : Public Relations  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding  
Dan Sumber Pendapatan Bagi Konten Kreator  
@ts.jasmine  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 17 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Aas Yuli Rirdaus, S.I.P., M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Felizha Nur Dahlia

NPM : 223516516648

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding Dan  
Sumber Pendapatan Bagi Konten Kreator @ts.jasmine

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dra. Masnah, M.Si. (.....)

Penguji 1 : Dr. Adi Prakosa M.Si. (.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si. (.....)

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : Maret 2026

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kasih kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian berjudul **"Pemanfaatan Instagram sebagai Media Personal Branding dan Sumber Pendapatan bagi Konten Kreator Tsana Jasmine"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Universitas Nasional pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Sekaligus menjadi akhir dari perjalanan Panjang penulis selama menempuh Pendidikan di perguruan tinggi.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kendala. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional;
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
3. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni
4. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan sebagai Dosen Pembimbing atas kesabaran, saran, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan yang menuntun peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala kritik dan saran yang diberikan menjadi bekal penting bagi penulis, tidak hanya dalam menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga dalam proses belajar dan berpikir secara akademik.
5. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

6. Bapak Yudha Pradhana, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat serta dukungan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Universitas Nasional.
7. Kepada Kedua Orang Tua penulis Nur Hidayati & Yunus Yusuf, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat yang tidak pernah putus dalam setiap proses yang penulis jalani. Tanpa ketulusan, kesabaran, dan pengorbanan yang telah diberikan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini dengan baik.
8. Kepada kedua Saudara/i penulis Faisal Yunus & Vayla Naura Dania atas dukungan, perhatian, serta motivasi yang selalu diberikan. Kehadiran dan semangat dari keluarga menjadi kekuatan utama bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan penelitian ini hingga akhir.
9. Kepada Kak Tsana Jasmine selaku teman dan subjek penelitian yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan;
10. Terima kasih kepada sahabat baik penulis Zafira Az Zahra, Dian Fuziah Faznur, Lulu Lidatul, Risa Laviana, Desthyana Syafitri, Mutiara Rizka, Qisti Azizah, Fifi fadlia, Selfina Jalalu, Aisyah Tengko, Azhar, Bagus, Laura Anisa, Moh Fauzan dan May yang dengan senang hati mendukung dan memberikan waktu kepada penulis untuk memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa bahwa masih banyak kekurangan serta kesalahan dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik dan saran dari berbagai pihak demi penyempurnaan penyusunan dan penulisan skripsi ini. Peneliti berharap penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

**Jakarta, 18 Oktober 2025**

**Felizha Nur Dahlia**

**223516516648**

## ABSTRAK

Perkembangan platform sosial telah mengubah cara generasi muda dalam mengakses informasi, termasuk dalam mencari referensi seputar *travel*, *adventure*, dan gaya hidup. Instagram sebagai platform berbasis visual dimanfaatkan oleh *content creator* untuk membangun citra diri sekaligus membagikan pengalaman eksplorasi destinasi dan lifestyle. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis personal branding yang digunakan oleh Tsana Jasmine dalam menarik audiens dan menjadi sumber pendapatannya melalui konten travel adventure dan lifestyle di Instagram. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka kerja konstruktivisme. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif terhadap konten Instagram, wawancara semi terstruktur dengan Tsana Jasmine, audiens remaja hingga dewasa sebagai pengikutnya, serta dokumentasi terhadap unggahan konten yang dipublikasikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Tsana Jasmine dibangun melalui konsistensi tema konten *travel adventure* dan *lifestyle*, gaya penyampaian yang autentik, reflektif, dan ceria, serta pemanfaatan fitur Instagram seperti reels, feed, dan caption storytelling secara strategis. Kepribadian yang periang, eksploratif, dan dekat dengan pengalaman sehari-hari membuat konten yang dibagikan mendapatkan respons positif dari audiens serta meningkatkan keterlibatan penonton. Selain itu, konten yang dipresentasikan mampu membentuk persepsi Tsana Jasmine sebagai figur inspiratif dalam eksplorasi perjalanan dan gaya hidup. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi personal branding yang konsisten, ceria, dan berorientasi pada kedekatan emosional dengan audiens memiliki peranan penting dalam menarik minat audiens sehingga dapat menjadi sumber pendapatan melalui platform sosial Instagram.

**Kata kunci:** personal branding, konten kreator, pemanfaatan instagram, sumber pendapatan, interaksi audiens.

## ***ABSTRACT***

The development of social media platforms has transformed the way young people access information, including seeking references related to travel, adventure, and lifestyle. Instagram, as a visual-based platform, is utilized by content creators to build their self-image while sharing destination explorations and lifestyle experiences. The purpose of this study is to analyze the personal branding strategies used by Tsana Jasmine in attracting audiences and generating income through travel, adventure, and lifestyle content on Instagram. This research applies a descriptive qualitative approach within a constructivist framework. Data collection methods include non-participant observation of Instagram content, semi-structured interviews with Tsana Jasmine, teenage to adult audiences as her followers, and documentation of the published content uploads.

The results indicate that Tsana Jasmine's personal branding is constructed through consistent travel adventure and lifestyle themes, an authentic, reflective, and cheerful communication style, and the strategic use of Instagram features such as reels, feed posts, and storytelling captions. Her cheerful, explorative personality and relatability to everyday experiences lead to positive audience responses and increased engagement. Furthermore, the presented content shapes the perception of Tsana Jasmine as an inspiring figure in travel exploration and lifestyle. This study concludes that a consistent, cheerful, and emotionally engaging personal branding strategy plays a significant role in attracting audiences and serving as a source of income through the Instagram platform.

**Keywords:** personal branding, content creator, instagram utilization, source of income, audience interaction

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	1
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	1
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	2
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	3
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	4
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	12
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	12
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	12
<b>1.5 Sistematika Penelitian</b> .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
<b>2.1 Studi Penelitian Terdahulu</b> .....	18
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	22
<b>2.3. Kerangka Pemikiran</b> .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	37
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	37
<b>3.2 Pendekatan Penelitian</b> .....	38
<b>3.3 Metode Penelitian</b> .....	39
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	47

<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2. Hasil Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>75</b>
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>80</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>80</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>81</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Studi Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	36
Tabel 3. 1 Teknik Penetapan Informan.....	42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Dunia .....	1
Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2025 .....	2
Gambar 1. 3 Data Minat Konten Instagram 2025 .....	4
Gambar 1. 4 Foto Tsana Jasmine Misbah .....	5
Gambar 1. 5 Grafik akun Instagram Tsana Jasmine .....	5
Gambar 1. 6 Akun Instagram Nanda Diana .....	6
Gambar 1. 7 Akun Instagram Dinda .....	7
Gambar 1. 8 Profil Instagram Tsana Jasmine .....	8
Gambar 1. 9 Brand Kolaborasi 2026 Posh.....	9
Gambar 1. 10 Brand Kolaborasi 2026 Spotify.....	10
Gambar 1. 11 Brand Kolaborasi Lifebouy .....	11
Gambar 4. 1 Logo Instagram .....	47
Gambar 4. 2 CEO Instagram.....	47
Gambar 4. 3 Data Top 5 Negara Pengguna Instagram 2025.....	49
Gambar 4. 4 Profil Tsana Jasmine .....	51
Gambar 4. 5 Instagram Tsana Jasmine .....	53
Gambar 4. 6 Konten travel adventure lifestyle .....	54
Gambar 4. 7 Konten QnA dan Interaksi Tsana Jasmine .....	59
Gambar 4. 8 Postingan Endorsement Tsana Jasmine.....	63
Gambar 4. 9 Keterangan konten endorsement .....	66
Gambar 4. 10 Citra Ceria dan Positif Tsana Jasmine.....	71