

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING  
PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Kasus Akun Instagram @jamilatus.sadiyah)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**VERENIA  
00000027855**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING  
PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Kasus Akun Instagram @jamilatus.sadiyah)**



**SKRIPSI**

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

**VERENIA  
00000027855**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Verenia  
NIM : 00000027855  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @JAMILATUS.SADIYAH)” merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2022



Verenia

# UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING  
PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL  
(STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @JAMILATUS.SADIYAH)”

Oleh:

Nama : Verenia  
NIM : 00000027855  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 22 Juni 2022  
Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Digitally signed by Agustinus  
Rusdianto Berto  
Date: 2022 07-04 22:06:25

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.  
NIDN: 0313088403



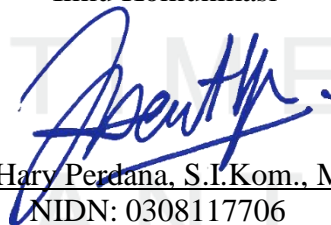
Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.  
NIDN: 0325108004

Dosen Pembimbing



Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.  
NIDN: 0309109001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN: 0308117706

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verenia  
NIM : 00000027855  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @JAMILATUS.SADIYAH)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik HakCipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 8 Juni 2022

UMMN

  
Verenia

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: “STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @JAMILATUS.SADIYAH)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.). Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Silvanus Alvin S.I.Kom., M.A., sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., sebagai penguji dan Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si., selaku ketua sidang skripsi.
6. Jamilatus Sa'diyah yang telah meluangkan waktu untuk diwawancara dan menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan.
7. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi.
8. Gilbert, Gaby, Mega, Dinda, dan Chelsea yang telah menemani dan menyemangati selama proses pembelajaran di kuliah.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi pembaca.

Tangerang, 8 Juni 2022



Verenia

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PENDAMPING  
PERSALINAN SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Kasus Akun Instagram @jamilatus.sadiyah)**

**Verenia**

**ABSTRAK**

*Personal branding* biasanya identik dilakukan oleh kalangan artis dan politikus. Persaingan yang semakin ketat di dunia kerja membuat hampir semua orang membutuhkan *personal branding*, salah satunya profesi pendamping persalinan di mana profesi tersebut cukup asing di masyarakat Indonesia. Jasa pendamping persalinan kemudian mulai populer di kalangan artis tanah air. Jamilatus Sa'diyah atau yang biasa dipanggil Mila merupakan pendamping persalinan yang berhasil membangun *personal branding*-nya di media sosial Instagram. Walaupun usianya terbilang cukup muda dan tidak memiliki sertifikasi khusus, Mila berhasil membangun kepercayaan dari para klien, termasuk para kalangan selebriti yang memakai jasanya. Penelitian ini mengacu pada konsep delapan dimensi *personal branding* milik Montoya untuk mengetahui dimensi-dimensi dalam *personal branding* Mila dan konsep Senjata Pengaruh milik Cialdini untuk melihat faktor-faktor pesan persuasi yang dilakukan oleh Mila untuk memengaruhi audiensnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi *online* dan studi dokumen. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data dan kemudian data dianalisis penjadohan pola dan eksplanasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mila menunjukkan delapan dimensi *personal branding* di Instagram-nya dan melakukan enam dari tujuh faktor dalam konsep Senjata Pengaruh. Mila kemudian dikenal menjadi pendamping persalinan selebriti dan diliput oleh berbagai media.

Kata kunci: delapan dimensi *personal branding*, media sosial Instagram, senjata pengaruh

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PERSONAL BRANDING STRATEGY OF  
A CELEBRITY BIRTH COMPANION ON SOCIAL MEDIA**

*(Study Case of Instagram Account @jamilatus.sadiyah)*

**Verenia**

**ABSTRACT**

*Personal branding is usually done by celebrities or politicians, but now many people need personal branding, especially to stand out in a competitive job market. One of the professions that need personal branding is a birth companion, where it is still unpopular in Indonesia. A birth companion service became a trend among Indonesian celebrities. Jamilatus Sa'diyah or Mila is a birth companion that successfully builds her personal branding on Instagram. Despite her young age and not having a doula certification, she could build trust from her clients and many celebrities used her service as a birth companion. People need to do persuasive communication when building their personal branding. In this research, the concept of 8 Dimensions of Personal Branding by Montoya is used to know the dimensions of Mila's personal branding and also the concept of Weapons of Influence by Cialdini is used to know how Mila influences her audience to accept her personal branding. This qualitative-descriptive study uses the constructivist paradigm with the study case method. The data is gathered through interviews, online observation, and document studies. Data triangulation will be used and the data will be analyzed through pattern making and explanation building. The results show that Mila showed eight dimensions of personal branding on her Instagram and used 5 of 6 weapons of influence. Then, Mila became known as a celebrity birth companion and was covered by various media*

*Keywords: eight dimensions of personal branding, social media Instagram weapons of influence*

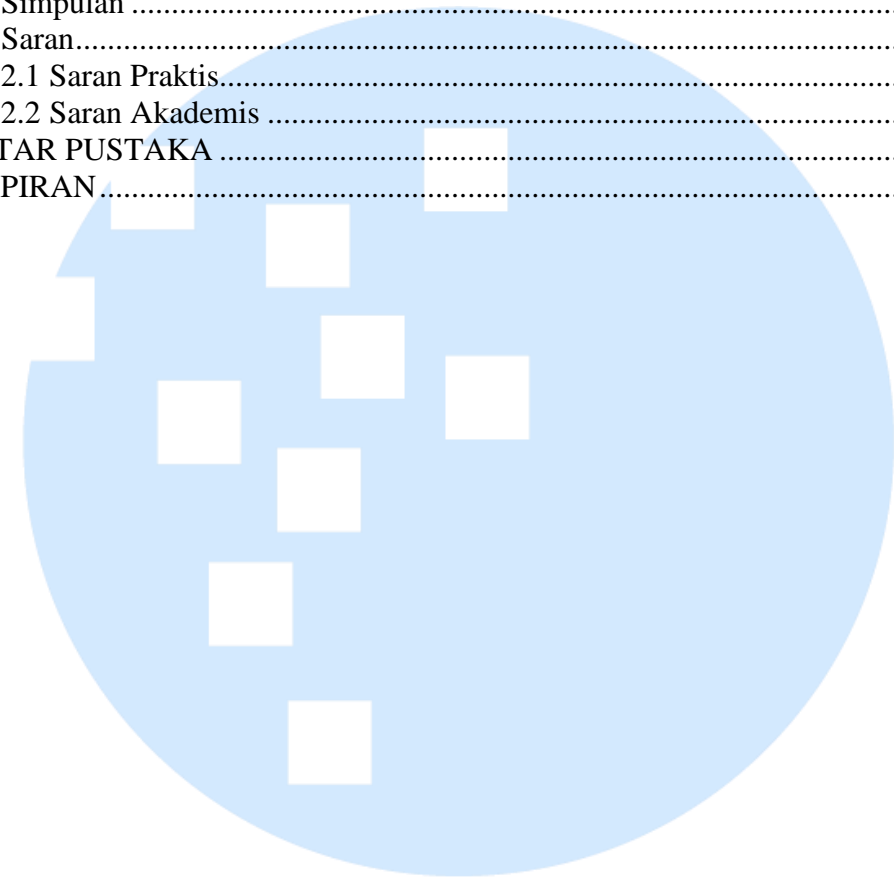
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br>KEPENTINGAN AKADEMIS ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR .....   | v    |
| ABSTRAK .....  | vi   |
| ABSTRACT .....   | vii  |
| DAFTAR ISI .....   | viii |
| DAFTAR TABEL .....   | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xii  |
| BAB I .....  | 13   |
| PENDAHULUAN .....  | 13   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 13   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 16   |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....  | 17   |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....  | 17   |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....   | 17   |
| 1.6 Keterbatasan Penelitian .....  | 18   |
| BAB II .....   | 19   |
| KERANGKA PEMIKIRAN .....   | 19   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....   | 19   |
| 2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan .....                                      | 21   |
| 2.2.1 Faktor Pesan Persuasi .....  | 24   |
| 2.2.3 Instagram sebagai Media Sosial .....                                     | 26   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....   | 27   |
| BAB III .....  | 28   |
| METODOLOGI PENELITIAN .....  | 28   |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....   | 28   |
| 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....   | 29   |
| 3.3 Metode Penelitian .....  | 30   |
| 3.4 Informan Kunci dan informan .....  | 30   |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....  | 31   |
| 3.6 Keabsahan Data .....   | 32   |
| 3.7 Analisis Data .....  | 33   |
| BAB IV .....   | 35   |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 35   |
| 4.1 Subjek dan Objek Penelitian .....  | 35   |
| 4.2.2 Strategi Personal Branding Mila di Instagram .....                       | 42   |
| 4.3 Pembahasan .....   | 61   |
| 4.3.1 Dimensi Personal Branding Mila sebagai Pendamping Persalinan .....       | 61   |
| 4.3.2 Persuasi Menggunakan Enam Senjata Pengaruh .....                         | 72   |
| 4.3.3 Penggunaan Fitur Instagram dalam Membuat Konten .....                    | 81   |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| BAB V.....                 | 85 |
| KESIMPULAN.....            | 85 |
| 5.1 Simpulan .....         | 85 |
| 5.2 Saran.....             | 86 |
| 5.2.1 Saran Praktis.....   | 86 |
| 5.2.2 Saran Akademis ..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       | 88 |
| LAMPIRAN.....              | 94 |

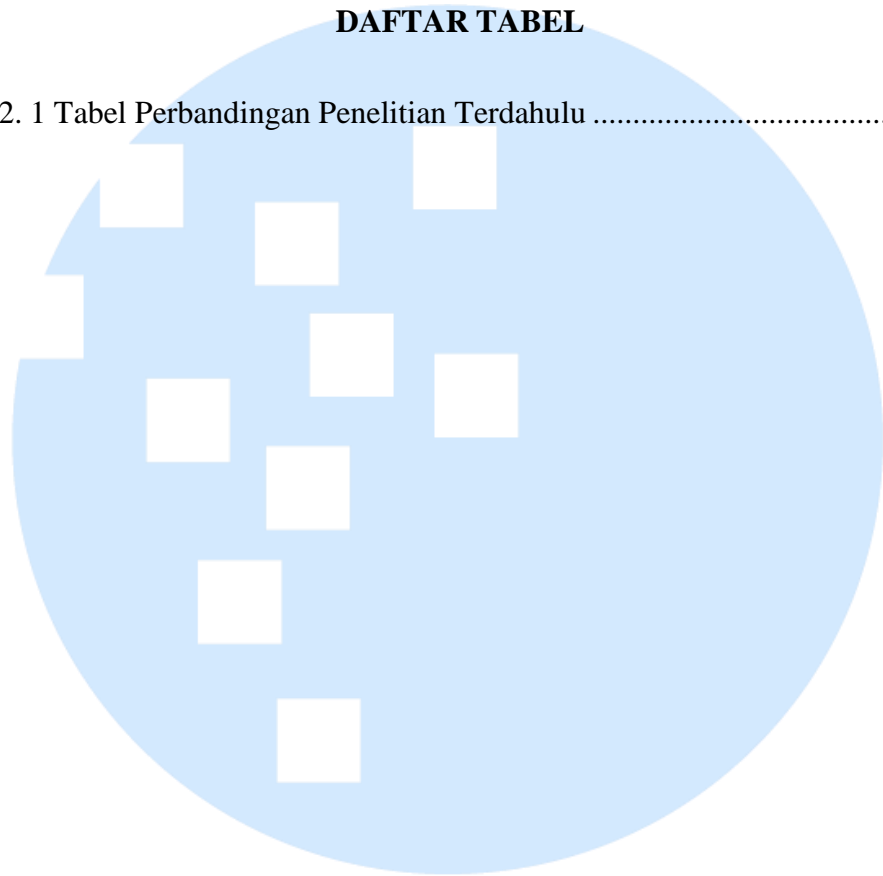


UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu .....20



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....  | 27 |
| Gambar 4. 1 Artikel tentang Mila sebagai Pendamping Persalinan Selebriti .....    | 36 |
| Gambar 4. 2 Akun Instagram Jamilatus Sa'diyah .....                               | 37 |
| Gambar 4. 3 Konten <i>Reels</i> Mila di Instagram .....                           | 46 |
| Gambar 4. 4 Sesi Instagram <i>Live</i> Mila bersama Caca Tengker .....            | 47 |
| Gambar 4. 5 Konten Edukasi Mila yang Menggunakan Alat Peraga .....                | 49 |
| Gambar 4. 6 Proses Pembuatan Konten Mila dengan Alat Peraga .....                 | 50 |
| Gambar 4. 7 Konten Edukasi Mila Bersama Suami.....                                | 51 |
| Gambar 4. 8 Unggahan Saat Mendampingi Persalinan Istri dari Babe Cabita .....     | 52 |
| Gambar 4. 9 Cerita Mila Saat Mendampingi Dwi Handayani .....                      | 53 |
| Gambar 4. 10 Akun Instagram bumilpamil.id dan <i>Smile Birth</i> Milik Mila ..... | 57 |
| Gambar 4. 11 Foto Mila bersama Aurel Hermansyah dan Atta Halilintar.....          | 58 |
| Gambar 4. 12 Poster Mila Menjadi Pembicara di acara Orami.....                    | 59 |
| Gambar 4. 13 Unggahan Mila Tentang Perjalanan Kariernya .....                     | 59 |
| Gambar 4. 14 Konten Edukasi Mila Tentang Ketuban Pecah Dini.....                  | 62 |
| Gambar 4. 15 Kelas Privat Mila bersama Nadine Chandrawinata .....                 | 63 |
| Gambar 4. 16 Unggahan dengan <i>Caption</i> yang Menggambarkan Empatinya .....    | 64 |
| Gambar 4. 17 Konten Edukasi Mila Menggunakan Alat Peraga .....                    | 66 |
| Gambar 4. 18 Konten Edukasi Mila Bersama Suami.....                               | 66 |
| Gambar 4. 19 Poster Mila yang Mengisi Acara <i>Live Streaming</i> Lazada .....    | 67 |
| Gambar 4. 20 <i>Caption</i> Mila yang Menggambarkan Emosinya.....                 | 68 |
| Gambar 4. 21 Komentar Pengikut Akun Mila .....                                    | 69 |
| Gambar 4. 22 Komentar dari Pengikut Akun Mila .....                               | 70 |
| Gambar 4. 23 Instagram <i>Story</i> tentang Penghargaan yang Diterimanya .....    | 72 |
| Gambar 4. 24 Unggahan Foto Mila bersama <i>Co-Founder</i> Smile Birth .....       | 73 |
| Gambar 4. 25 Foto Mila Saat Mendampingi Persalinan .....                          | 74 |
| Gambar 4. 26 Konten Instagram Mila dengan Mengenakan Blazer .....                 | 75 |
| Gambar 4. 27 Unggahan Saat Mendampingi Persalinan Nanda Arsyinta.....             | 76 |
| Gambar 4. 28 Konten Edukasi di Instagram Mila.....                                | 77 |
| Gambar 4. 29 Unggahan Saat Mendampingi Persalinan Ardina Rasti .....              | 78 |
| Gambar 4. 30 Potret Mila Saat Mendampingi Persalinan Olivia Jensen .....          | 80 |
| Gambar 4. 31 <i>Insight Reels</i> Mila yang Diunggah Tanggal 19 Mei 2022.....     | 83 |

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| LAMPIRAN A Formulir Konsultasi Skripsi .....                        | 94  |
| LAMPIRAN B Panduan Wawancara .....                                  | 95  |
| LAMPIRAN C Transkrip dan Dokumentasi Wawancara dengan Mila.....     | 98  |
| LAMPIRAN D Dokumentasi Observasi Proses Pembuatan Konten Mila ..... | 110 |
| LAMPIRAN E Transkrip Wawancara dengan Zata Ligouw .....             | 112 |
| LAMPIRAN F Transkrip Wawancara dengan Irma Syahrifat .....          | 116 |
| LAMPIRAN G Sertifikat Doula Irma Syahrifat .....                    | 123 |
| LAMPIRAN H Hasil Uji Turnitin .....                                 | 124 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA