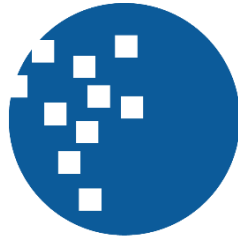


**STRATEGI LALA MARSELA MENGELOLA PERSONAL
BRANDING SEBAGAI PENGASUH RAFATHAR UNTUK
MENJADI KEY OPINION LEADER**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Zahwah Danela Subekti

00000048181

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

2024

**STRATEGI LALA MARSELA MENGELOLA PERSONAL
BRANDING SEBAGAI PENGASUH RAFATHAR UNTUK
MENJADI KEY OPINION LEADER**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Zahwah Danela Subekti

00000048181

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zahwah Danela Subekti
NIM : 00000048181
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

STRATEGI LALA MARSELA MENGELOLA PERSONAL BRANDING SEBAGAI PENGASUH RAFATHAR UNTUK MENJADI KEY OPINION LEADER

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 02/05/2024



(Zahwah Danela)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI LALA MARSELA MENGELOLA PERSONAL BRANDING SEBAGAI PENGASUH RAFATHAR UNTUK MENJADI KEY OPINION LEADER

Oleh

Nama : Zahwah Danela Subekti

NIM : 00000048181

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 22 Mei 2024

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.

NIDN 0309129202



Vega Karina Andira Putri, M.Si.

NIDN 0307128703

Pembimbing

Digitally signed

by Lolita

Lavietha

Date: 2024.06.05

10:36:58 +07'00'

Theresia LV Lolita, M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.06
09:52:08 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si

NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahwah Danela Subekti
NIM : 00000048181
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **STRATEGI LALA MARSELA
MENGELOLA PERSONAL BRANDING SEBAGAI PENGASUH
RAFATHAR UNTUK MENJADI KEY OPINION LEADER**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 02 Mei 2024



(Zahwah Danela Subekti)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul ”strategi Lala Marsela mengelola *personal branding* sebagai pengasuh Rafathar untuk menjadi *key opinion leader*” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

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. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Theresia LV Lolita, M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Skripsi saya.
5. Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai dosen mata kuliah Seminar Proposal Skripsi saya. Terima kasih sudah membantu menuangkan ide untuk judul Skripsi saya.
6. Mba Lala, Eva Oktaviani, Dhika Alfar, sebagai narasumber dari penelitian ini. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membantu jalannya penyusunan Skripsi saya.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

8. Ardi Surya Nadi, sebagai kekasih saya. Terima kasih telah membantu dan menjadi support system terbaik selama penyusunan Skripsi saya hingga akhir.
9. Grup Janjiw, sebagai teman dalam masa perkuliahan saya. Terima kasih telah menjadi teman keluh kesah dan menemani saya dalam penyusunan Skripsi saya hingga akhir.
10. Ricaltha Blythe Haki, sebagai teman saya sejak SMP sampai Kuliah bareng di UMN. Terima kasih telah menemani saya selama ini.
11. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah menyusun skripsi ini dengan maksimal dan sepenuh hati!

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat penuh untuk menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi yang sangat berguna untuk para pembaca, khususnya kepada Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 02 Mei 2024



(Zahwah Danela Subekti)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI LALA MARSELA MENGELOLA PERSONAL BRANDING SEBAGAI PENGASUH RAFATHAR UNTUK MENJADI KEY OPINION LEADER

ZAHWAH DANELA SUBEKTI

ABSTRAK

Personal branding kini menjadi semakin penting seiring munculnya Instagram sebagai wadah individu mengelola *personal branding* dengan menunjukkan sisi yang berbeda, keunikan, dan *skills* untuk merepresentasikan diri, khususnya sebagai *Key Opinion Leader* (KOL) yang terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Lala Marsela mengelola *personal branding* sebagai pengasuh Rafathar untuk menjadi KOL. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan post-positivisme dan menggunakan metode studi kasus. Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini melalui wawancara secara mendalam dan konsep utama yang digunakan adalah *twelve of Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann dan tiga elemen *Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lala Marsela berhasil mengelola *personal branding*-nya sebagai pengasuh Rafathar yang kemudian menjadi seorang KOL melalui, dengan mengikuti hampir semua tahapan dalam membangun *online personal branding*, kecuali *personal website* dan *respond to chances in norms and scope* karena dinilai tidak relevan untuk saat ini. Hasil penelitian ini memberikan informasi terkait mba Lala menunjukkan kemampuan dalam membuat konten secara organik atau dikemas sendiri mulai dari *storyline*, *voice over*, *caption*, hingga edit video.

Kata kunci: Lala Marsela, Personal Branding Online, Pemimpin Opini Utama

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LALA MARSELA'S STRATEGY FOR MANAGING PERSONAL BRANDING AS RAFATHAR'S CARER TO BECOME KEY OPINION LEADER

Zahwah Danela Subekti

ABSTRACT (English)

Personal branding is now becoming increasingly important with the emergence of Instagram as a platform for individuals to manage personal branding by showing different sides, uniqueness and skills to represent themselves, especially as a trusted Key Opinion Leader (KOL). This research aims to find out Lala Marsela's strategy in managing personal branding as Rafathar's caregiver to become a KOL. This research uses a qualitative descriptive method with a post-positivism approach and uses a case study method. Data obtained from the results of this research through in-depth interviews and the main concepts used are twelve Online Personal Branding by Ryan M. Frischmann and three elements of Online Personal Branding by Ryan M. Frischmann. The results of this research show that Lala Marsela succeeded in managing her personal branding as a caregiver for Rafathar who later became a KOL by following almost all the stages in building online personal branding, except for a personal website and responding to opportunities within the norms and scope because they were not considered relevant to at the moment. The results of this research provide information regarding Ms. Lala showing her ability to create content organically or packaged herself, starting from storyline, voice over, captions, to video editing.

Keywords: *Lala Marsela, Online Personal Branding, Key Opinion Leader*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

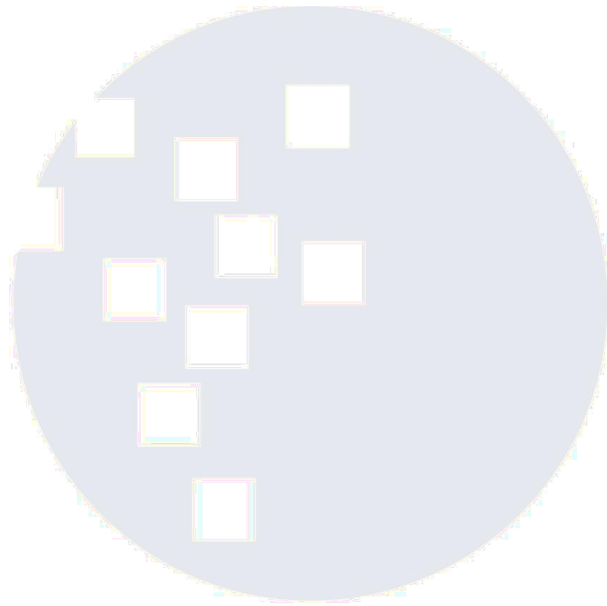
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Konsep yang digunakan.....	16
2.2.1 Influencer Marketing	16
2.2.2 Online Personal Branding.....	17
2.2.3 <i>Key Opinion Leader (KOL)</i>	24
2.2.4 Instagram.....	26
2.3 Alur Penelitian	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29

3.2 Sifat dan Jenis Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Key Informan dan Informan.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Keabsahan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Subjek Penelitian.....	36
4.1.2 Objek Penelitian.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Komitmen Lala Marsela dalam membentuk <i>online personal branding</i> sebagai KOL.....	38
4.2.2 Lala Marsela memposisikan dirinya sebagai pengasuh Rafathar dan keluarga RANS Entertainment.....	41
4.2.3 Lala Marsela dalam mengelola aura personal branding di Instagram.....	43
4.3 Hasil Pembahasan.....	46
4.3.1 Proses Pengelolaan Online Personal Branding.....	46
4.3.2 Efektivitas Elemen Online Personal Branding.....	52
BAB V KESIMPULAN.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
5.2.1 Saran Akademis.....	57
5.2.2 Saran Praktis.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

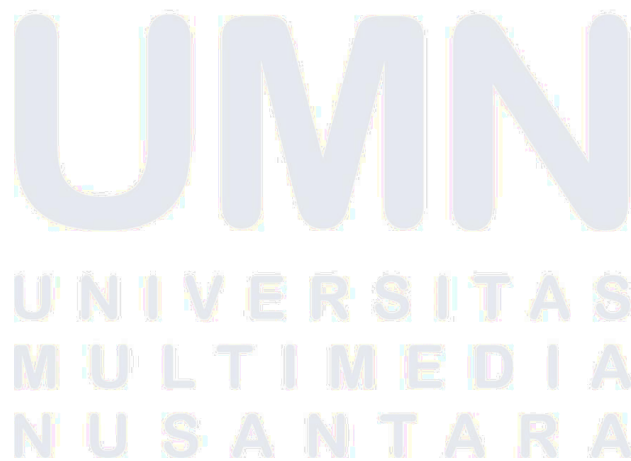
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
--------------------------------------	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

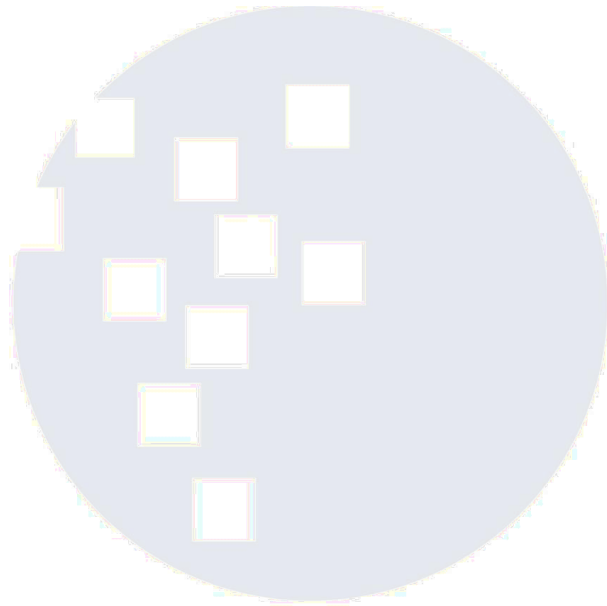
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Mba Lala	3
Gambar 1. 2 <i>Endorsement</i> Pertama Mba Lala di Instagram.....	4
Gambar 1. 3 <i>Endorsement</i> Terbaru Mba Lala di Instagram.....	5
Gambar 2. 1 <i>Twelve Step of Online Personal Branding</i>	24
Gambar 2. 2 Alur Penelitian	28
Gambar 4. 1 Lala Marsela.....	36
Gambar 4. 2 Lala Marsela.....	42
Gambar 4. 3 Lala Marsela.....	43
Gambar Lampiran 1. 1 Dokumentasi bersama Lala Marsela.....	69
Gambar Lampiran 1. 2 Dokumentasi bersama Dhika	74
Gambar Lampiran 1. 3 Dokumentasi bersama Eva	77
Gambar Lampiran 1. 4 Dokumentasi bersama Lala Marsela.....	77
Gambar Lampiran 1. 5 Dokumentasi bersama Dhika	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Hasil Turnitin.....	63
Lampiran B. Forum Konsultasi Skripsi.....	64
Lampiran C. Draft Wawancara Partisipan.....	65
Lampiran D. Wawancara Partisipan.....	69
Lampiran E. Curriculum Vitae	85



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA