

**IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL BRANDING* MONICA
AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA**



SKRIPSI

TEKINZIE

00000055271

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

2025

**IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL BRANDING* MONICA
AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

TEKINZIE

00000055271

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

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tekinzie

Nomor Induk Mahasiswa 00000055271

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL BRANDING* MONICA AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 19/06/2025



Tekinzie

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL BRANDING* MONICA AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA

Oleh

Nama : Tekinzie
NIM 00000055271
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 9 Juli 2025
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Riatun, S.Sos, M.I.Kom.,
NIDN 0304078404

Pembimbing

Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc
NIDN 0324098002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.23
17:28:06 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

Penguji

Digitally signed
by Lolita
Lavietha
Date: 2025.07.22
15:18:44 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tekinzie
NIM : 00000055271
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL*
BRANDING MONICA AMADEA PADA INSTAGRAM
@MONICAMADEA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Juni 2025



Tekinzie

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya hingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir yang berjudul **“IMPLEMENTASI KONTEN PERSONAL BRANDING MONICA AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA”** disusun sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi Strategis, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak pihak yang memberikan berbagai dukungan serta bimbingan. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Kevin Wilbert yang selalu memberikan semangat serta dukungan selama penulisan skripsi.
7. Kepada Celine, Chita, Clarissa, Darlene, dan Erika yang turut menjalani proses panjang ini bersama-sama.

8. Terakhir, saya ingin berterimakasih kepada diri saya sendiri karena telah bekerja keras dan tidak pernah menyerah selama proses mengerjakan skripsi ini. Walau telah mengalami jatuh bangun, saya tetap mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara praktis maupun teoritis bagi siapa pun yang membaca dan membutuhkannya. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat khususnya untuk para pembaca atau mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap topik *personal branding* para *influencer*. Selain sebagai syarat akademik, penulis berharap skripsi ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengambil topik seputar *personal branding* pada *influencer*.

Tangerang, 18 Juni 2025



Tekinzie

IMPLEMENTASI KONTEN *PERSONAL BRANDING* MONICA AMADEA PADA INSTAGRAM @MONICAMADEA

Tekinzie

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat mengakibatkan maraknya penggunaan media sosial sebagai sarana strategis untuk membentuk citra diri, terutama bagi *influencer*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Monica Amadea membangun *personal branding* melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dan data diperoleh melalui analisis konten sekunder berupa audio-visual dalam akun Instagram @monicamadea. Penelitian didasari teori *personal branding* dari Peter Montoya, yang mencakup delapan elemen: *The Law of Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility, Unity, Steadfastness, dan Goodwill*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Monica berhasil menerapkan seluruh elemen tersebut secara konsisten. Di antara kedelapan elemen tersebut, aspek *The Law of Goodwill, The Law of Unity, dan The Law of Visibility* menjadi yang paling menonjol melalui konten yang berjenis aktivitas sosial, interaksi hangat, serta konten yang inspiratif dan suportif terhadap pengikutnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menyatakan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membangun *personal branding* yang kuat. Monica Amadea menunjukkan bahwa dengan konten yang konsisten, autentik, serta hubungan yang emosional dan bermakna dengan audiens, *personal branding* dapat dibentuk secara efektif dan berkelanjutan di media sosial.

Kata kunci: *Influencer, Instagram, Media Sosial, Personal Branding, Peter Montoya*

**THE IMPLEMENTATION OF MONICA AMADEA'S
PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM @MONICAMADEA**

Tekinzie

ABSTRACT

The rapid advancement of technology has led to the widespread use of social media as a strategic tool for shaping self-image, particularly among influencers. Therefore, this study aims to explore how Monica Amadea builds her personal branding through the social media platform Instagram. This research employs a descriptive qualitative method with a case study approach, using secondary data in the form of audio-visual content from the Instagram account @monicamadea. The study is grounded in Peter Montoya's theory of personal branding, which consists of eight key elements: The Law of Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility, Unity, Steadfastness, and Goodwill. The findings indicate that Monica successfully applies all eight elements consistently. Among them, the aspect of The Law of Goodwill, The Law of Unity, and The Law of Visibility stand out the most, reflected in her social initiatives, warm interactions, and supportive, inspirational content for her followers. Overall, the study concludes that Instagram plays a significant role in building strong personal branding. Monica Amadea demonstrates that with consistent and authentic content, along with emotional and meaningful engagement with her audience, personal branding can be effectively developed and sustained through social media.

Keywords: *Influencer, Instagram, Social Media, Personal Branding, Peter Montoya*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	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	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Teori <i>Personal Branding</i>	22
2.3 Landasan Konsep	23
2.3.1 <i>Personal Branding</i>	23
2.3.2 Instagram	29
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	31

3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Data Sekunder.....	33
3.5 Keabsahan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	39
4.1.1 Subjek Penelitian	39
4.1.2 Objek Penelitian.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	42
4.2.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	65
4.2.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	68
4.2.4 Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>)	72
4.2.5 Visibilitas (<i>The Law of Visibility</i>).....	78
4.2.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>).....	85
4.2.7 Keteguhan (<i>The Law of steadfastness</i>).....	88
4.2.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	91
4.3 Pembahasan	93
BAB V SIMPULAN	97
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Akademis	98
5.2.2 Saran Praktis.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia	3
Gambar 1.2 Profil Instagram @monicamadea	5
Gambar 1.3 Profil Instagram @monomolly.id	6
Gambar 1.4 Wawancara Monica Amadea	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Subjek Penelitian Monica Amadea	35
Gambar 4.2 Instagram Reels @monicamadea	43
Gambar 4.3 Instagram Reels @monicamadea	45
Gambar 4.4 Instagram Reels @monicamadea	46
Gambar 4.5 Instagram Reels @monicamadea	50
Gambar 4.6 Instagram Reels @monicamadea	41
Gambar 4.7 Instagram Feeds and Reels @monicamadea	51
Gambar 4.8 Instagram Feeds @monicamadea	55
Gambar 4.9 Instagram Feeds @monicamadea	56
Gambar 4.10 Instagram Reels @monicamadea	56
Gambar 4.11 Instagram Feeds @monicamadea	58
Gambar 4.12 Instagram Reels Feeds @monicamadea	59
Gambar 4.13 Komen Instagram Reels @monicamadea	60
Gambar 4.14 Instagram Feeds “Overthink” @monicamadea	64
Gambar 4.15 Komen Instagram “Overthink” @monicamadea	66
Gambar 4.16 Bio Instagram @monicamadea	68
Gambar 4.17 Post Reels Instagram @monicamadea	69
Gambar 4.18 Komentar Post Reels Instagram @monicamadea	70
Gambar 4.19 Instagram @cindycendana	71
Gambar 4.20 Instagram Highlights @cindycendana	72
Gambar 4.21 Instagram @tiffanychrstinee	73
Gambar 4.22 Instagram Highlights @tiffanychrstinee	74
Gambar 4.23 Instagram @titantyra	75
Gambar 4.24 Instagram Highlights @titantyra	76
Gambar 4.25 Instagram Feeds OOTD @monicamadea	79
Gambar 4.26 Bio Instagram #RacunCiMon @monicamadea	80
Gambar 4.27 Instagram Highlights & Reels Monomolly @monicamadea	83
Gambar 4.28 Instagram Reels #DearCiMon @monicamadea	85
Gambar 4.29 Instagram Reels #DearCiMon @monicamadea	86
Gambar 4.30 Instagram Reels dan Feeds Brand Collaboration @monicamadea	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	104
Lampiran B. Konsultasi Form.....	105

