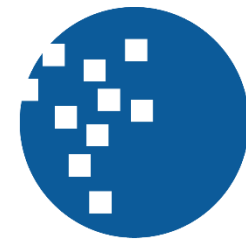


**IMPLEMENTASI *ONLINE PERSONAL BRANDING* HILLARY
BRIGITTA LASUT DI INSTAGRAM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Firstlady Angie Mercilia Laikun

00000061575

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

2025

**IMPLEMENTASI *ONLINE PERSONAL BRANDING* HILLARY
BRIGITTA LASUT DI INSTAGRAM**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Firstlady Angie Mercilia Laikun

00000061575

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Firstlady Angie Mercilia Laikun

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061575

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**IMPLEMENTASI ONLINE PERSONAL BRANDING HILLARY
BRIGITTA LASUT DI INSTAGRAM**

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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Firstlady Angie Mercilia Laikun

HALAMAN PENGESAHAN

Implementasi *Online Personal Branding* Hillary Brigitta Lasut di Instagram

Oleh

Nama : Firstlady Angie Mercilia Laikun
NIM : 00000061575
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Selasa, 15 Juli 2025

Pukul 08.30 s.d. 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.

NIDN 0307126303

Penguji



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

NIDN 0327019001

Pembimbing



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.

NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.28 10:55:52
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

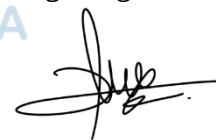
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firstlady Angie Mercilia Laikun
NIM : 00000061575
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Implementasi *Online Personal Branding*
Hillary Brigitta Lasut di Instagram

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 tiga tahun.

Tangerang, 18 Juni 2025



Firstlady Angie Mercilia Laikun

* 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, syukur, dan hormat yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, kekuatan, dan hikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Implementasi *Online Personal Branding* Hillary Brigitta Lasut di Instagram”. Tanpa penyertaan Tuhan Yesus, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam setiap prosesnya ini, penulis menerima banyak arahan, dukungan, doa, dan kontribusi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

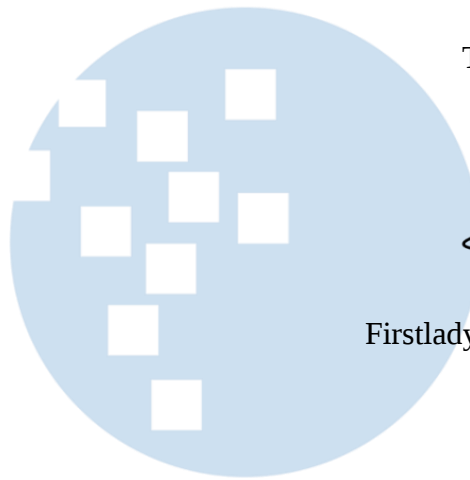
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A., selaku Ketua sidang skripsi yang telah memimpin prosesi sidang penulis sehingga dapat berlangsung dengan lancar.
6. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Penguji sidang skripsi yang telah menguji serta memberikan kritik dan saran bagi penulisan tugas akhir penulis.
7. Firstlady Angie Mercilia Laikun, sebagai diri sendiri yang sudah mau untuk berproses, berusaha, dan berjuang dengan maksimal. Dengan

adanya kepercayaan terhadap diri sendiri dan motivasi yang kuat, serta doa yang tak henti dipanjatkan maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Papa Adrey Laikun, S.T., yang telah memberikan cinta yang besar, bantuan material, moral, dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan kajian skripsi ini.
9. Mama Pdt. Meike Meylani Polii, S.Th., yang telah memberikan cinta kasih yang luar biasa besar, dukungan motivasi, moral, bantuan material, pertanyaan “bagaimana proses skripsimu kakak?”, serta doa yang tiada henti untuk penulis dapat menyelesaikan kajian skripsi ini.
10. Adik Sheva Fransesco Timothy Laikun, yang telah memberikan dukungan, doa, dan pernyataan “kalau ada apa-apa telepon aku ya kak?” membuat penulis semakin termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Adik Yesyurun Yehezkiel Anugerah Laikun, yang telah memberikan dukungan, doa, dan lelucon bocah kecil yang membuat penulis semakin semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Mas pacar Aaron Bengawan Abadimoksa, S.Ds., yang telah memberikan cinta, menjaga suasana hati, mendukung sepenuhnya dari segi waktu dan tenaga, motivasi, serta doa sehingga mendorong penulis untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat seperjuangan Margareth Ritonga yang telah mendukung, mendoakan, serta menemani bimbingan dalam satu-dua waktu membuat penulis merasakan kehadiran seorang sahabat dalam penyelesaian skripsi.
14. Teman-teman dan semua pribadi yang telah berkontribusi memberikan dukungan dan doa untuk penulis menyelesaikan skripsi ini, sangat membantu serta berarti.
15. Informan-informan yang terkasih, terima kasih karena telah dengan senang hati berpartisipasi dalam menjawab persoalan penelitian sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan dengan lancar.

Penulis berharap agar karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi akademis dalam bidang ilmu komunikasi, komunikasi politik khususnya terkait pemanfaatan media sosial Instagram untuk *personal branding* politisi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi politisi muda dalam membangun citra digital yang efektif dan berintegritas. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Tangerang, 18 Juni 2025



Firstlady Angie Mercilia Laikun

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IMPLEMENTASI *ONLINE PERSONAL BRANDING* HILLARY BRIGITTA LASUT DI INSTAGRAM

Firstlady Angie Mercilia Laikun

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan media sosial oleh politisi muda menunjukkan perubahan pola komunikasi politik yang menekankan kedekatan dan keaslian. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *online personal branding* yang dilakukan oleh Hillary Brigitta Lasut (HBL) melalui Instagram. Permasalahan komunikasi yang dikaji adalah bagaimana HBL membentuk citra politiknya melalui media sosial, serta bagaimana penerimaan publik terhadap strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan, termasuk HBL, staf media sosialnya, dan pengikut dari generasi Z dan Y. Analisis dilakukan menggunakan delapan prinsip *personal branding* Peter Montoya dan teknik *pattern matching*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HBL menerapkan seluruh prinsip secara konsisten, dengan penekanan pada keunikan, kepemimpinan, kepribadian, dan kesatuan citra *online* dan *offline*. Strategi digital melalui Instagram terbukti efektif dalam menjangkau audiens muda dan membangun persepsi positif terhadap HBL sebagai politisi muda yang terbuka, responsif, dan berintegritas.

Kata kunci: HBL, Instagram, Pemasaran Politik, *Personal Branding*, Studi Kasus



IMPLEMENTATION OF HILLARY BRIGITTA LASUT'S ONLINE PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM

Firstlady Angie Mercilia Laikun

ABSTRACT

The growing use of social media among young politicians reflects a paradigm shift in political communication that prioritizes accessibility and authenticity. This study examines Hillary Brigitta Lasut's (HBL) implementation of online personal branding on Instagram, specifically investigating how she constructs her political identity through social media and how audiences perceive this digital persona. Employing a qualitative case study approach within a constructivist framework, the research gathered data through in-depth interviews with five informants: HBL, her social media team members, and followers from Generations Y and Z. Using Peter Montoya's eight personal branding principles as an analytical framework with pattern matching techniques, the study reveals HBL's consistent application of all principles particularly uniqueness, leadership, personality development, and online-offline image alignment. The findings demonstrate that her Instagram strategy successfully engages younger demographics and cultivates her public image as a relatable, responsive, and principled young politician. This research underscores Instagram's transformative role in contemporary political branding, where strategic authenticity and two-way communication emerge as critical success factors.

Keywords: Case Study, HBL, Instagram, Personal Branding, Political Marketing



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Konsep yang digunakan.....	15
2.2.1 Pemasaran Politik	15
2.2.2 Personal Branding	18
2.2.3 Media Sosial.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	30
3.3 Metode Penelitian	31

3.4	Pemilihan Informan	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1.	Data Primer	34
3.5.2	Data Sekunder	34
3.6	Keabsahan Data	34
3.7	Teknik Analisis Data	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	37
4.1.1.	Subjek Penelitian	37
4.1.2.	Objek Penelitian	38
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1.	Pandangan Mengenai Politisi Perempuan Muda: HBL	41
4.2.2.	Citra Kandidat: HBL	43
4.2.3.	Spesialisasinya HBL	45
4.2.4.	Kepemimpinannya HBL	46
4.2.5.	Kepribadiannya HBL	49
4.2.6.	Perbedaannya HBL	50
4.2.7.	Terlihatnya HBL	53
4.2.8.	Kesatuannya HBL	55
4.2.9.	Keteguhannya HBL	57
4.2.10.	Nama Baiknya HBL	59
4.2.11.	Pandangan Mengenai Instagram	61
4.2.12.	Alasan Memilih Instagram	63
4.3	Pembahasan	65
4.3.1.	Hillary Brigitta Lasut	65
4.3.2.	Pemasaran Politik	65
4.3.3.	<i>Personal Branding</i>	66
4.3.4.	Media Sosial: Instagram	80
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
5.2.1	Saran Akademis	83

5.2.2 Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	33



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Use di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Statistika Pemilih 2024 Berdasarkan Generasi	6
Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Akun Instagram HBL	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Sorotan Akun HBL	67
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Unggahan HBL Bersama Masyarakat.....	68
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Snapgram HBL.....	69
Gambar 4. 4 Tangkapan Layar Siaran Langsung HBL.....	70
Gambar 4. 5 Tangkapan Layar Siaran Langsung HBL Dengan Masyarakat.....	72
Gambar 4. 6 Tangkapan Layar Laporan Masyarakat Kepada HBL.....	73
Gambar 4. 7 Tangkapan Layar Publikasi Kinerja HBL	74
Gambar 4. 8 Tangkapan Layar Reels HBL	75
Gambar 4. 9 Tangkapan Layar Konten HBL	77
Gambar 4. 10 Tangkapan Layar Konten Bantuan HBL.....	78
Gambar 4. 11 Tangkapan Layar Mutualan HBL & Penulis.....	79
Gambar 4. 12 Tangkapan Layar Kolaborasi HBL di Instagram	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	89
Lampiran B. Konsultasi <i>Form</i>	91
Lampiran C. <i>Axial Coding</i>.....	92
Lampiran D. <i>Selective Coding</i>	98
Lampiran E. Lembar Persetujuan dan Transkrip	99



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA