

**STUDI KASUS *PERSONAL BRANDING* KONTEN
KREATOR PADA AKUN INSTAGRAM @jocelynleora_**

Skripsi



Disusun oleh : Evan laren

NRP: 1423022033

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2026

STUDI KASUS *PERSONAL BRANDING* KONTEN KREATOR

PADA AKUN INSTAGRAM @jocelynleora_

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik

Widya Mandala Surabaya



Disusun oleh : Evan laren

NRP: 1423022033

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2026

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Evan Laren

NRP: 1423022033

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam proposal seminar berjudul:

Studi kasus *personal branding* konten kreator pada akun instagram @jocelynleora_

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiarasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 8 Juni 2026

Penulis



Evan laren

NRP 1423022033

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN

SKRIPSI

**“STUDI KASUS PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR PADA
AKUN INSTAGRAM @jocelynleora_”**

Oleh:

Evan Laren

NRP: 1423022033

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ketim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0701067803

Pembimbing II : Maria Yulastuti S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607



Surabaya, 8 Juni 2026

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima
untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : 8 Juni 2026

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

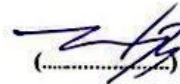


Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si


(.....)

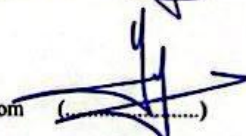
NIDN. 0726126602

2. Sekretaris : Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom


(.....)

NIDN. 0701067803

3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom


(.....)

NIDN. 0719078401

4. Anggota : Maria Yulastuti S.Sos., M.Med.Kom


(.....)

NIDN. 0707078607

LEMBAR PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Oleh :

Nama : Evan Laren

NRP : 1423022033

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Studi kasus *personal branding* konten kreator pada akun instagram @jocelynleora_**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan
Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 8 Juni 2026



Evan Laren

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidup-Nya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul **“Studi kasus personal branding konten kreator pada akun instagram @jocelynleora_”**. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Disamping itu, penulisan Skripsi ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca, secara khusus mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Selama penelitian dan penulisan Skripsi ini terdapat banyak hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 8, Juni 2026



Evan Laren

NRP 1423022033

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia, dan penyertaannya yang senantiasa menjadi penolong terbaik penulis sepanjang hidup-Nya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat dan karunia-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul Studi kasus personal branding konten kreator pada akun instagram @jocelynleora_”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas penyertaan-Nya, yang telah menuntun dan memberikan ide-ide kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lengkap.
2. Orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis.
3. Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. dan Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pendamping yang telah membimbing dan menuntun penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan beliau, penulis tidak akan mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
4. **Teman” ROMPES tercinta**
Teruntuk androtatipata, christison, sean, erwin, bayu terimakasih telah menemani selama masa” mengerjakan skripsi dan memberikan motivasi
5. **Sahabat” domba kristus**
Teruntuk raymond cahya, ariel elzafan, jack hariono, jonathan pratama, deonis, obert
6. **Untuk Angel**
Terimakasih sudah menemani selama masa kuliah sampai selesai skripsi

Ketidaksempurnaan dalam penulisan Skripsi ini kiranya dapat menjadi evaluasi bagi penulis dan pembaca sekalian. Skripsi ini diharapkan dapat membantu pembaca dalam mendapatkan wawasan mengenai subjek dan objek yang penulis teliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Batasan masalah	9
1.5 Manfaat penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Penelitian terdahulu	10
II.2 Kerangka teori	23
II.2.1 <i>Personal branding</i>	23
II.2.2 Studi Kasus	29
II.3 NISBAH ANTAR KONSEP	31
II.4 BAGAN KERANGKA KONSEPTUAL	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
III.1 Pendekatan dan jenis penelitan	33
III.2 Metode.....	34
III.3 Subjek penelitian.....	34
III.4 Objek peneltian	35
III.4 Unit analisis	35
III.5 Teknik pengumpulan data	36
III.6 Teknik analisis data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
IV.1 Gambaran umum	39
IV.2 Temuan data dan Analisa.....	44
IV.2.1 Strategi <i>mapping</i> / perencanaan audiens (<i>mapping</i> audiens untuk konten) ..	44
IV.2.2 Strategi penentuan tema konten dan konsistensi.....	51
IV.2.3 Strategi engage dan <i>followers</i>	58
IV.3 Strategi <i>Personal branding</i> Konten Kreator @jocelynleora_.....	65
BAB V PENUTUP	69
V.1 Kesimpulan	69
V.2 Saran	72
Daftar pustaka.....	74
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 PENELITIAN TERDAHULU	22
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Akun Instagram Jocelynleora_.....	7
Gambar II. 1 Tiga Dimensi Utama Pembentukan <i>Personal branding</i>	24
Gambar IV. 1 Akun instagram jocelynleora_.....	40
Gambar IV. 2 gaya <i>OOTD</i> di akun jocelynleora_	42
Gambar IV. 3 <i>review</i> make up dan rekomendasi di akun jocelynleora_	42

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadikan platform ini sebagai sarana penting bagi individu untuk membangun personal branding. Melalui konten yang dibagikan secara konsisten, seorang konten kreator dapat membentuk identitas digital, membangun kedekatan dengan audiens, serta meningkatkan peluang kerja sama dengan berbagai brand. Salah satu konten kreator yang aktif membangun personal branding melalui Instagram adalah @jocelynleora_ yang dikenal dengan konten beauty dan lifestyle yang ditujukan kepada audiens perempuan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi personal branding yang dilakukan oleh konten kreator Instagram @jocelynleora_. Seluruh data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori personal branding Raharjo yang mengacu pada tiga dimensi utama pembentukan personal branding, yaitu kompetensi, gaya, dan standar. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap akun Instagram @jocelynleora_, serta dokumentasi pendukung lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, personal branding @jocelynleora_ dibangun melalui tiga strategi utama, yaitu mapping audiens, penentuan tema konten dan konsistensi, serta engagement dengan followers. Strategi tersebut diwujudkan melalui fokus konten beauty dan lifestyle yang sesuai dengan kebutuhan audiens, penggunaan gaya komunikasi yang cheerful dan mudah dipahami, konsistensi visual dalam setiap unggahan, serta interaksi aktif dengan followers melalui berbagai fitur Instagram. Selain itu, kejujuran dalam memberikan ulasan produk turut meningkatkan kepercayaan audiens terhadap dirinya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa personal branding yang dibangun secara konsisten, autentik, dan sesuai dengan karakteristik audiens mampu menciptakan identitas digital yang kuat serta meningkatkan kedekatan dan keterlibatan audiens di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi konten kreator maupun peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai strategi personal branding di media sosial Instagram.

Kata kunci: personal branding, Instagram, konten kreator, media sosial, studi kasus

ABSTRACT

The rapid development of social media, particularly Instagram, has made the platform an important medium for individuals to build their personal branding. Through consistently shared content, content creators can establish a digital identity, build closer relationships with their audiences, and increase opportunities for collaboration with various brands. One of the content creators who actively develops personal branding on Instagram is **@jocelynleora_**, who is well known for creating beauty and lifestyle content aimed at Generation Z female audiences. This study aims to identify and analyze the personal branding strategies implemented by the Instagram content creator **@jocelynleora_**. The data were analyzed using a descriptive qualitative approach with a case study method. This research adopted Raharjo's personal branding theory, which emphasizes three main dimensions of personal branding: competence, style, and standards. Data were collected through in-depth interviews, observation of the Instagram account **@jocelynleora_**, and supporting documentation.

The findings reveal that the personal branding of **@jocelynleora_** is built through three main strategies: audience mapping, content theme selection and consistency, and engagement with followers. These strategies are reflected in the creator's focus on beauty and lifestyle content that aligns with audience needs, the use of a cheerful and easy-to-understand communication style, visual consistency in every post, and active interaction with followers through various Instagram features. In addition, honesty in providing product reviews contributes to increasing audience trust. This study concludes that personal branding built consistently, authentically, and in accordance with audience characteristics is able to create a strong digital identity while strengthening audience engagement and relationships on social media. The findings of this research are expected to serve as a reference for content creators and future researchers in developing studies related to personal branding strategies on Instagram.

Keywords: personal branding, Instagram, content creator, social media, case study