

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI TENTANG**  
**"Personal Branding Social Media Influencer"**  
**(Studi Kasus pada Gita Savitri Devi di Akun Media Sosial Instagram,  
Youtube dan Blog)**

Oleh

**TRI INDAH SARI**  
**NIM : 291 414 031**

**Tim Pembimbing**

**Pembimbing I**

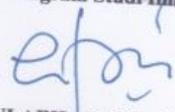
  
**ZULAEHA LAISA, S.Sos. M.Si**  
**NIP: 197312142003122001**

**Pembimbing II**

  
**CITRA F.L.L. DANO PUTRI, S.Pd, M.I.Kom**  
**NIP: 198410082014042001**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
**ZULAEHA LAISA, S.Sos. M.Si**  
**NIP: 197312142003122001**

**LEMBAR PEGESAHAN**

Skripsi yang berjudul "*Personal Branding Social Media Influencer* (Studi Kasus Pada Gita Savitri Devi di akun media sosial Instagram, Youtube dan Blog)"

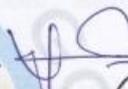
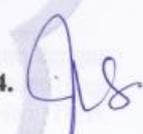
Oleh  
**Tri Indah Sari**  
Nim 291414031

Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Hari/Tanggal : Sabtu, 14 Juli 2018  
Waktu : 09.30

**Penguji**

1. Yowan Tamu, S.Ag, M.A  
NIP:197708062005012001
2. Mohamad Reza, S.Pd, M.I.Kom  
NIP:198005172015041002
3. Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si  
NIP:197312142003122001
4. Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom  
NIP:198410082014042001

1.   
2.   
3.   
4. 

Gorontalo, 2018  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**



**Dr. Sastro M. Wantu, M.Si**  
NIP:19660903 199603 1 001

## ABSTRACT

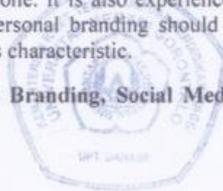
Tri Indah Sari. Student Id. 291414031. Personal Branding of Social Media Influencer (*A Case Study on Gita Savitri Devi through her Social Media Accounts like Instagram, Youtube, and Blog*). Skripsi. Study Program of Communication Science, Faculty of Social Science, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Zulaeha Laisa, and the co-supervisor is Citra F.I.L. Dano Putri.

Tri Indah Sari. 2017. "Personal Branding of Social Media Influencer." This study discusses how the social media influencer builds her branding in social media. The focus of the study is Instagram, Youtube, and Blog of Gita Savitri Devi as the research object. This study aims at investigating and understanding as well as describing the social media influencer in building her branding in social media.

It applies qualitative method with case study approach and theory of 11 Authentic Personal Branding. The data are collected through observation. The data are photos from Instagram Account of @Gitasav, videos in Youtube channel of Gita Savitri Devi, writing for Gita's Blog, and documentation in the form of articles in online media related to the research object.

Findings reveal that personal branding that is built up properly and earnestly will bring benefit to someone. It is also experienced by Gita Savitri Devi. Besides, it is concluded that the personal branding should be different and unique to make the owner famous and has characteristic.

**Keywords: Personal Branding, Social Media Influencer, Instagram, Youtube, Blog**



## ABSTRAK

Tri Indah Sari. NIM 291414031. Penelitian ini berjudul : ***Personal Branding Social Media Influencer*** (Studi Kasus pada Gita Savitri Devi di Akun Media Sosial Instagram, Youtube dan Blog). Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo. Dibimbing Oleh Zulaeha Laisa, (Pembimbing 1) dan Citra F.I.L. Dano Putri, (Pembimbing II).

Tri Indah Sari. 2017 "*Personal Branding Social Media Influencer*". Penelitian ini membahas tentang bagaimana seseorang yang memiliki pengaruh di media sosial atau *social media influencer* membentuk merek pribadi atau *personal branding* di media sosial dengan permasalahan "Bagaimana *social media influecer* membangun *personal branding* di media sosial" dan fokus penelitian pada akun Instagram, Youtube dan Blog milik Gita Savitri Devi sebagai objek penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami serta mendeskripsikan bagaimana *social media influecer* membangun *personal branding* di media sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan teori 11 *Authentic Personal Branding*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi data berupa foto di akun Instagram @Gitasav, video di *channel* Youtube Gita Savitri Devi dan tulisan di blog, serta dokumentasi berupa artikel-artikel di media *online* yang berhubungan dengan objek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun dengan baik dan sungguh-sungguh akan membuahkan manfaat yang besar bagi seseorang, sama halnya seperti yang dirasakan oleh Gita Savitri Devi. Disamping itu, peneliti juga menyimpulkan bahwa *personal branding* yang juga disebut sebagai merek pribadi harus memiliki keberbedaan dan keunikan untuk dapat membuat hal tersebut dikenal orang banyak dan menjadi ciri khas tersendiri.

**Kata Kunci : Personal Branding, Social Media Influencer, Instagram, Youtube, Blog**