

**KEOTENTIKAN PERSONAL BRANDING KAK JILL YANG
DIPERSEPSIKAN OLEH FOLLOWERS AKUN TIKTOK
@JILL_SHINE2**

SKRIPSI

Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Sri Suci Nurhayati

NIM. 20190530214

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan di bawah ini:

Nama : Sri Suci Nurhayati
NIM : 20190530214
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul Skripsi : Keotentikan *Personal Branding* Kak Jill yang Dipersepsikan oleh *Followers* akun TikTok @Jill_shine2

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya milik orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 15 Desember 2023



Sri Suci Nurhayati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dengan rahmat dan kasih sayang-Nya serta dukungan dari orang-orang terkasih dan tercinta, akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 Ilmu Komunikasi. Dengan rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terima kasih kepada orang tua tercinta

Teruntuk Mamah Neri Nuraina, Bapak Edi Sutisna, Papah Agus Hartadin, Ibu Mia Jayanti. Terima kasih selalu mendukung secara moril dan materi, memberikan cinta, do'a, semangat dan restu dalam setiap langkah perjalanan kehidupan saya selama ini. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang memberikan banyak pelajaran kehidupan untuk saya karna tanpa kalian saya tidak mungkin ada di titik ini. *I love you from the the depths of my heart and am proud to be your daughter.*

2. Terima kasih kepada Kakak yang saya sayangi

Teruntuk Teteh Sri Ria Nurzaina, orang yang paling saya sayangi setelah orang tua saya. *Thank you for always being there in all ups and downs. Thank you for always accepting me, whoever I am, who always believed in and supported my dreams when no one did. This achievement may be just the beginning, but I will never stop and won't give up on achieving my dreams and yours. I love you.* Tidak lupa saya juga ucapkan kepada A Angga, suami Teteh yang sudah mendukung, peduli, mau menerima saya sebagai adik dan menjadi bagian dari keluarga di rumah.

3. Terima kasih kepada dosen pembimbing, penguji, dan pengajar

Kepada dosen pembimbing Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc yang sudah memberikan arahan, bimbingan, dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Teruntuk dosen penguji yaitu Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. dan Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si terima kasih atas kritik dan saran yang telah diberikan sehingga dapat membantu saya dalam menyempurnakan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Bapak dan Ibu dosen pengajar Ilmu Komunikasi UMY 2019 yang sudah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, kesempatan, dan pengalaman selama saya berkuliah. Semoga yang sudah diberikan dan diajarkan kepada mahasiswa/i menjadi pahala jariyah.

4. Terima kasih kepada konselor UMY

Kepada Bapak Muhammad Arif Rizqi, S.Psi., konselor LPKA UMY yang sudah membantu memberikan pandangan sehingga saya bisa terbuka dan jujur dengan diri saya, membantu menemukan yang sudah lama hilang dan membuat saya tidak menyerah dengan hidup dan mimpi saya. Terima kasih sudah memberikan banyak pertolongan untuk banyak jiwa yang membutuhkan. *Allahu yubarik fiik.*

5. Terima kasih kepada teman-teman bimbingan

Teruntuk teman-teman sepeerbimbingan skripsi 2019 dengan Bapak Haryadi, terutamanya Lia Dominica, Salma, dan Dini yang sudah sama-sama berjuang, saling membantu untuk melalui proses dari awal penyusunan hingga penyelesaian skripsi. Terima kasih sudah saling mendukung satu sama lain. Tetap semangat untuk masa depan yang lebih cerah!

6. Terima kasih kepada teman dan sahabat

Teruntuk teman-teman Ilmu Komunikasi 2019 utamanya Ganjel To (Devina, Aceng, Daffa, Atta, Okta, Tiya, Rezki, Diksa, Hudi), Alditta dan Faizal yang sudah menemani, mendukung, dan membantu saya selama perkuliahan. Teruntuk FILARISA (Indah, Syarabila, Anisa), SUNDANESE (Aziza, Devina, Syifa), Girl Squad (Dhea, Nawang, Selvi, Nafa), Hilda Kartika, Alwi MHE, Candra Bayu, Nawang, Dilan Bitik, Sekar (Sasa), Alifa Fadila, Utami, Riyola, Leonyta, Fina, Afrizal yang juga selalu mendukung, *make sure if im okay*, memberikan banyak pandangan hidup, menjadi tempat berbagi, memberikan motivasi dan memori. Untuk teman-teman *second account* Instagram @imhealthy.imwealthy yang sudah menerima saya dan saya percayai sebagai teman dekat, untuk AA Roni Burjo yang sangat *welcome* meskipun sering saya hutangi untuk makan, serta teman-teman lainnya yang turut berkontribusi yang tidak disebutkan. Terima kasih sudah hidup di dunia ini dan menjadi orang yang baik untuk sekitar. Semoga Allah SWT selalu melindungi.

7. Terima kasih kepada HiColleagues

Teruntuk HiColleagues, tempat saya bekerja saat ini. Terima kasih sudah memberikan saya kesempatan untuk berkembang dan berkarir disamping status saya sebagai mahasiswa. Terima kasih sudah mempercayai kinerja saya dan mendukung secara akademis untuk penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga sudah mempertemukan saya dengan teman-teman MSIB 3 yang keren dan MSIB 5 menggemaskan, supportif dan ga kalah kerennya.

8. Kepada Sri Suci Nurhayati

Perempuan dengan mimpi dan ambisi. Perempuan yang mau mencoba dan tetap *survive* walau berbagai rintangan. Perempuan yang tidak menyerah dan selalu yakin kalau apa yang sudah ditentukan jika memang miliknya maka akan kembali kepadanya. Terima kasih karna sudah percaya sama diri kamu. Terima kasih karna sudah mau belajar dari berbagai hal yang sudah dilalui, sehingga menjadikan diri kamu sekarang menjadi lebih bijak dan dewasa. Terima kasih untuk semua pengorbanan dan perjuangan buat raih mimpi kamu satu persatu. Terima kasih karna sudah mau mendengarkan dirimu dan tetap *on track* meskipun saat itu kamu harus banyak merasakan sakit, kecewa, dan sedih. Maaf kalau sedikit terlambat, tidak sesuai rencana. Tapi tidak apa apa, sekarang kamu paham kan kenapa Allah kasih itu buat kamu? Tapi jangan dulu puas ya, perjalanan kita masih panjang sekali, masih banyak hal yang perlu kamu eksplor. Kita berjuang sama sama ya!

“Looks like we made it

Look how far we've come, my baby

We mighta took the long way

We knew we'd get there someday

They said, "I bet they'll never make it"

But just look at us holding on

We're still together, still going strong”

(You're still the one – Shania Twan).

HALAMAN MOTTO

“And He found you lost, and guided (you)”

93:7

“For indeed, with hardship (will be) ease (i.e., relief)”

94 : 5

“Hakuna Matata”

- The Lion King

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Keotentikan *Personal Branding* Kak Jill yang Dipersepsikan oleh *Followers* akun TikTok @Jill_shine2” sebagai memenuhi syarat gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A. selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP. M.Sc. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan dan bimbingan untuk penulisan skripsi ini.
4. Ibu Ayu Amalia S.Sos., M.Si dan Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji skripsi yang memberikan kritik dan saran untuk skripsi ini.

5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan wawasan, pengalaman, serta pengetahuan kepada seluruh mahasiswa/i termasuk penulis.
6. Terima kasih kepada Kak Jill sebagai pemilik akun TikTok @Jill_shine2 yang telah memberikan izin untuk menjadi objek penelitian dan seluruh responden yang turut berpartisipasi meluangkan waktunya untuk mengisi form kuesioner skripsi penulis.
7. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan agar dapat terus berkembang dan memberi manfaat utamanya pada bidang Ilmu Komunikasi. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

Wa'alaikumusalam warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 15 Desember 2023



Sri Suci Nurhayati

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis.....	14
2. Manfaat Praktis	14
E. Kajian Teori.....	15
1. <i>Personal Branding</i>	15
2. Media Sosial TikTok	19
F. Definisi Konsep Keotentikan <i>Personal Branding</i>	22
G. Definisi Operasional.....	23
H. Pengukuran Variabel.....	26
I. Metodologi Penelitian	27
1. Jenis Penelitian.....	27

2. Objek Analisis	28
3. Populasi dan Sampel.....	28
4. Teknik Pengumpulan Data	30
5. Teknik Analisis Data.....	31
6. Uji Validitas dan Reabilitas	33
BAB II	35
GAMBARAN UMUM	35
A. Profil Kak Jill	35
B. Akun TikTok @Jill_shine2	38
BAB III.....	40
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Analisis Data.....	40
1. Angket	40
2. Hasil Uji Validitas	41
3. Hasil Uji Reabilitas	43
B. Sajian Data dan Pembahasan	44
1. Statistik Deskriptif Secara Umum.....	44
2. Statistik Deskriptif Tiap Karakteristik.....	49
BAB IV	83
PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93
A. Kuesioner	93
B. Hasil Uji Validitas	97
C. Hasil Uji Reabilitas	99

D. Hasil Uji Statistik Deskriptif	100
E. Hasil Uji Frekuensi Kecenderungan	104
F. Tabulasi Data Jawaban Responden	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Definisi operasional keotentikan <i>personal branding</i>	25
Tabel 2 - Skor Skala Likert	27
Tabel 3 - Hasil KMO variabel keotentikan <i>personal branding</i>	41
Tabel 4 - Hasil uji validitas keotentikan <i>personal branding</i>	42
Tabel 5 - Hasil uji reabilitas keotentikan <i>personal branding</i>	43
Tabel 6 - Statistik keotentikan <i>personal branding</i> keseluruhan.....	44
Tabel 7 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i>	45
Tabel 8 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> keaslian	49
Tabel 9 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> keaslian.....	50
Tabel 10 - Statistik keotentikan <i>personal branding</i> integritas	53
Tabel 11 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> integritas	54
Tabel 12 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> konsistensi.....	56
Tabel 13 - Frekuensi keotentikan <i>personal branding</i> konsisten	57
Tabel 14 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> spesialisasi.....	59
Tabel 15 - Frekuensi kecenderungan <i>personal branding</i> spesialisasi.....	60
Tabel 16 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i>	62
Tabel 17 - Frekuensi kecenderungan <i>personal branding</i> wibawa	63
Tabel 18 - Statistik deskriptif <i>personal branding</i> kekhasan	65
Tabel 19 - Frekuensi kecenderungan <i>personal branding</i> kekhasan.....	66

Tabel 20 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> relevan.....	68
Tabel 21 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> relevan	69
Tabel 22 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> visibilitas	71
Tabel 23 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> visibilitas	72
Tabel 24 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> kegigihan.....	74
Tabel 25 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> kegigihan	75
Tabel 26 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> kebaikan	77
Tabel 27 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> kebaikan.....	78
Tabel 28 - Statistik deskriptif keotentikan <i>personal branding</i> kinerja	80
Tabel 29 - Frekuensi kecenderungan keotentikan <i>personal branding</i> kinerja.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Data Pengguna TikTok Indonesia.....	4
Gambar 2 - Akun TikTok Kak Jill @Jill_shine2.....	7
Gambar 3 - Sound TikTok dari Penggemar Kak Jill.....	8
Gambar 4 - Jumlah pengguna tagar Kak Jill di TikTok.....	8
Gambar 5 - Filter Kak Jill di TikTok dari penggemar	9
Gambar 6 - Foto Kak Jill.....	35
Gambar 7 - Foto Kak Jill saat siaran langsung	37
Gambar 9 - TikTok Kak Jill akun @Jill_shine2.....	39

DAFTAR DIAGRAM

- Diagram 1 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* keseluruhan. 46
- Diagram 2 - Frekuensi kecenderungan karakteristik *personal branding* keaslian..... 51
- Diagram 3 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* integritas 54
- Diagram 4 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* konsistensi .. 57
- Diagram 5 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* spesialisasi ... 60
- Diagram 6 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* wibawa..... 63
- Diagram 7 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* kekhasan 66
- Diagram 8 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* relevan 69
- Diagram 9 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* visibilitas..... 72
- Diagram 10 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* kegigihan .. 75
- Diagram 11 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* kebaikan.... 78
- Diagram 12 - Frekuensi kecenderungan keotentikan *personal branding* kinerja 81