

***PERSONAL BRANDING MELALUI VIDEO KONTEN PADA
AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@ANDROMEDA_MERCURY***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:

CINDY AURELIA

210900080

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2025

***PERSONAL BRANDING THROUGH VIDEO CONTENT SOCIAL
MEDIA ACCOUNT INSTAGRAM
@ANDROMEDA_MERCURY***

THESIS

***Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree
in Communication Science***



Complied by :

CINDY AURELIA

210900080

FACULTAS OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

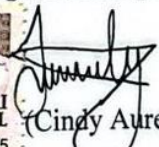
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,


(Cindy Aurelia)
210900080



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Cindy Aurelia
NIM : 210900080
JUDUL : *Personal Branding* Melalui Video Konten Pada Akun
Media Sosial Instagram @andromeda_mercury
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

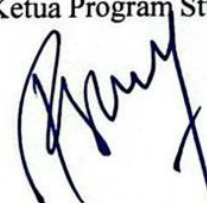

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)

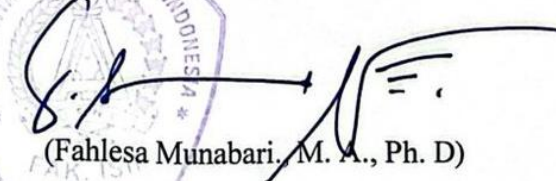

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP


(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)


(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Cindy Aurelia
NIM : 210900080
JUDUL : *Personal Branding* Melalui Video Konten Pada Akun
Media Sosial Instagram @andromeda_mercury
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

(.....)

Anggota Penguji I

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

(.....)

Anggota Penguji II

(Fitri Sarasati, M.Sc)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Cindy Aurelia
NIM : 210900080
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat Personal Branding Melalui Video Konten Pada Akun Media Sosial Instagram @andromeda_mercury
Jumlah Halaman : xv + 85 halaman + lampiran
Bibliografi : 15 buku + 12 Jurnal + 1 internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial Instagram dimanfaatkan oleh Andromeda Mercury dalam membangun personal branding sebagai seorang news anchor, serta memahami persepsi audiens terhadap konten yang ia bangun dalam konteks pembentukan citra diri profesional di ruang digital.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Manajemen Impresi teori ini untuk memahami bagaimana individu membentuk citra diri melalui media sosial dan bagaimana audiens meresponsnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi serta paradigma interpretatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur, observasi terhadap akun Instagram @andromeda_mercury, serta dokumentasi konten video yang dibagikan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding yang dibangun oleh Andromeda Mercury di media sosial dilakukan secara bertahap, strategis, dan konsisten, serta memadukan nilai profesionalisme, kepribadian, dan etika jurnalistik.

Personal branding yang dibangun tidak hanya mencerminkan strategi individu, tetapi juga sinergi dengan reputasi institusi media tempat beliau berkarier. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa personal branding di media sosial merupakan bentuk *self-presentation* yang terkelola secara sadar, di mana individu menampilkan peran tertentu untuk memenuhi kebutuhan identitas profesional sekaligus harapan audiens digital.

Kata Kunci : *Personal Branding, Media Sosial, Instagram*

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

Pembimbing II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Cindy Aurelia
NIM : 210900080
STUDY PROGRAM : Communication Science
INTEREST : Public Relation Personal Branding Through Video
Content Social Media Account Instagram
@andromeda_mercury
Number of page : xv + 85 pages +attachment
Bibliography : 15 books + 12 Journal + 1 Internet

ABSTRACT

This research aims to to examine how the social media platform Instagram is utilized by Andromeda Mercury to build her personal branding as a news anchor, as well as to understand audience perceptions of the content she creates in the context of shaping a professional self-image in the digital space.

Theoretical framework used in this research is Impression Management theory, which helps to understand how individuals construct their self-image through social media and how audiences respond to it.

A qualitative approach with a phenomenological method and an interpretative paradigm. Data were collected through semi-structured interviews, observations of the Instagram account @andromeda_mercury, and documentation of shared video content.

The results indicate that the personal branding developed by Andromeda Mercury on social media is carried out gradually, strategically, and consistently, combining values of professionalism, personality, and journalistic ethics. The personal branding created not only reflects individual strategy but also aligns with the reputation of the media institution where she works.

Overall, this study affirms that personal branding on social media represents a form of consciously managed self-presentation, in which individuals portray specific roles to fulfill professional identity needs while meeting the expectations of a digital audience.

Key Word : Personal Branding, Social Media, Instagram
Advisor I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom
Advisor II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom