

**PERSONAL BRANDING PENYANYI DAERAH TINO AME  
SEBAGAI *ARTIST OF BORNEO* MELALUI INSTAGRAM  
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)**

Dosen Pembimbing : Yohanes Widodo, M.Sc



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Disusun Oleh :**

**NESSYA PUTRI MAHARANI**

**150905644 / KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

PERSONAL BRANDING PENYANYI DAERAH TINO AME SEBAGAI  
*ARTIST OF BORNEO* MELALUI INSTAGRAM  
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar

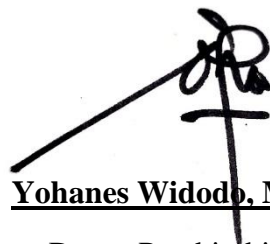
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) / Sarjana Sosial (S.Sos)

disusun oleh :

NESSYA PUTRI MAHARANI

150905644

disetujui oleh :



Yohanes Widodo, M.Sc.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Personal Branding Penyanyi Daerah Tino AME sebagai *Artist Of Borneo* Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)

Penyusun : Nessya Putri Maharani

NPM : 150905644

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 24 Juni 2021

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Daerah Istimewa Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Yohanes Widodo, M.Sc**

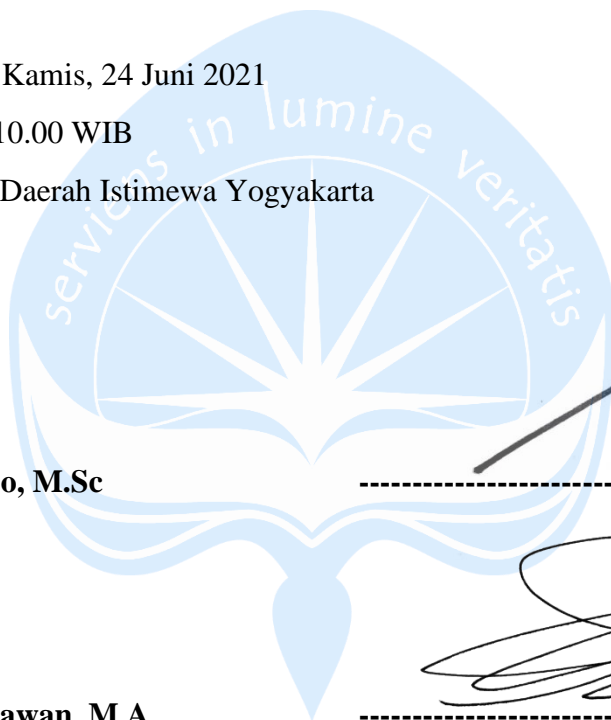
Penguji Utama

**Lukas Deni Setiawan, M.A.**

Penguji I

**Pupung Arifin, M.Si**

Penguji II



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nessya Putri Maharani

NPM : 150905644

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Personal Branding Penyanyi Daerah Tino AME sebagai *Artist Of Borneo* Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 16 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Nessya Putri Maharani

NESSYA PUTRI MAHARANI

No. Mhs : 150905644 / KOM

**Personal Branding Penyanyi Daerah Tino AME sebagai *Artist Of Borneo*  
Melalui Instagram**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)

**ABSTRAK**

Berkembangnya *platform* media sosial seiring dengan majunya teknologi, memungkinkan seseorang untuk membentuk *personal branding* yang baik untuk berbagai kepentingan. *Personal branding* diartikan dalam banyak terminologi, namun secara garis besar diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan oleh individu untuk menciptakan kesadaran dan visibilitas kepribadian mereka di antara target audiens, yang memungkinkan mereka untuk menonjol dari kerumunan dan mendapatkan kesuksesan pribadi atau profesional.

Tino AME sebagai seorang musisi daerah yang mengusung *tagline* “*Artist of Borneo*” merupakan seorang musisi daerah yang aktif menggunakan media sosial, terkhusus Instagram untuk membentuk *personal branding* diri agar bisa menonjol dari para musisi daerah lain, dan bertahan dari persaingan dalam industri musik. Instagram memiliki serangkaian fitur yang memungkinkan Tino untuk membangun *personal branding* yang baik serta hubungan virtual dengan para penggemarnya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk melihat bagaimana *personal branding* yang dilakukan oleh Tino AME di Instagram, sehingga bisa diketahui apa saja nilai unik yang dimiliki, dan bagaimana Tino menggambarkan dirinya di Instagram.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, didapati bahwa Tino AME menggambarkan dirinya sebagai seorang musisi kompeten, peduli dengan kebudayaan, berkepribadian humoris, dan memiliki fokus tentang hak cipta lagu. *Tagline* “*Artist of Borneo*” ini membentuk Tino untuk bisa berkarya dengan luas, dan diterima oleh seluruh suku Dayak baik di Indonesia maupun Malaysia. Konten *online* yang diunggah dan interaksi dengan penggemar melalui Instagram telah membantu Tino dalam pembentukan *personal branding* ini.

**Kata kunci : *Personal Branding*, Instagram, Penyanyi Daerah**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan yang selalu memberikan jalan dalam setiap keinginan, tuntunan di setiap langkah, dan cinta di setiap nafas.
2. Keluarga tersayang yang selalu memberikan semangat dan dukungan, yakni Mama, Papa, Krisna, Uti, dan tidak lupa Evakuasitomo Family yang lain, Tante Arum, Om Hendra, Tante Ajeng, Om Guzrah, Otniel, Audrey, dan Galuh.
3. Dosen pembimbing skripsi saya, Bapak Yohanes Widodo M.Sc yang selalu memberikan wejangan dan arahan selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung.
4. Tino AME selaku narasumber.
5. Bonifasius Asvian tersayang yang selalu membantu dan mendengarkan keluh kesah selama pembuatan skripsi ini.
6. Sahabatku Tyas Nurlita yang selalu menemani dengan ceria di *facetime*
7. Teman-teman Ena-ena Nyos dan Wisudawati, terima kasih ya !
8. Team penyiar Sonora – Smart FM YK yang bersedia membantu untuk mengisi jam siaran dan menyemangati – Mas Hasta, Mbak Renny, Mbak Lina, Kak Victory, Mbak Icha, Mbak Dyah, dan Ayya.
9. Netizen yang selalu tanya : kapan lulus ?
10. Para Oppa : Kim Seon Ho, Lee Dong Wook, Park Seo Joon, Kim Won Sik yang selalu berhasil menaikkan mood.
11. Terbaik dan terpenting : Nessya Putri Maharani, terima kasih sudah berjuang !

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmat-Nya, maka penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Personal Branding Penyanyi Daerah Tino AME sebagai *Artist Of Borneo* Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Tinoakaidai)” ini bisa diselesaikan dengan baik.

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana *personal branding* yang dilakukan oleh seorang musisi daerah bernama Tino AME di Instagram. Mengikuti kemajuan teknologi dan perkembangan media sosial, Tino AME memanfaatkan *platform* Instagram sebagai sarana untuk membentuk persepsi dirinya di benak audiens. Rangkaian fitur yang tersedia di Instagram memudahkan Tino untuk bisa berinteraksi dengan penggemarnya secara virtual, dan membantu untuk membangun *personal branding* yang direncanakan.

Secara khusus, peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Yohanes Widodo, M.Sc selaku dosen pembimbing saya yang memberikan arahan dan masukan saat penelitian dan penulisan skripsi ini berlangsung. Tidak lupa, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada Tino AME yang bersedia untuk dijadikan subyek penelitian, dan membantu dengan data-data yang diberikan. Penulis berharap penelitian ini bisa memberikan manfaat dalam menambah khasanah Ilmu Komunikasi, dan bisa membantu para pembaca yang ingin membentuk *personal branding* di media sosial. Peneliti menerima masukan yang konstruktif dengan tangan terbuka agar penelitian ini bisa lebih baik.

Yogyakarta, 16 Juni 2021

Peneliti,  
Nessya Putri Maharani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	13
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	14
1. Akademis .....	14
2. Praktis .....	14
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	15
Personal Branding.....	15
<b>F. Kerangka Konsep</b> .....	34
<b>G. Metodologi Penelitian</b> .....	46
<b>BAB II</b> .....	53
<b>DESKRIPSI SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	53
<b>A. Profil Tino AME</b> .....	53
<b>B. Deskripsi Akun Instagram @tinoakaidai</b> .....	56
<b>BAB III</b> .....	58
<b>TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	58
<b>A. Temuan Data</b> .....	58
1. Pengertian dan Tahap Pembentukan <i>Personal Branding</i> .....	58
2. Pilar Utama Branding dan Elemen Personal Branding.....	64
3. Tiga Kualitas Kunci <i>Brand</i> yang Kuat.....	71
4. <i>Personal Branding</i> dalam Media Sosial .....	77
5. Konten Bermerek Pribadi ( <i>personally branded content</i> ).....	91
<b>B. Analisis dan Pembahasan Data</b> .....	94



1. Pengertian dan Tahap Pembentukan <i>Personal Branding</i> .....	94
2. Pilar Utama <i>Branding</i> dan Elemen <i>Personal Branding</i> .....	99
3. Tiga Kualitas Kunci <i>Brand</i> yang Kuat.....	103
4. <i>Personal Branding</i> dalam Media Sosial .....	106
5. Konten Bermerek Pribadi ( <i>Personally Branded Content</i> ) .....	115
<b>BAB IV</b> .....	121
<b>PENUTUP</b> .....	121
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	121
<b>B. SARAN</b> .....	123
1. Saran Akademis .....	123
2. Saran Praktis .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	124
<b>LAMPIRAN</b> .....	127
1. Transkrip Wawancara 11 Oktober 2020 .....	127
2. Transkrip Wawancara 20 Mei 2021 .....	143