

**ANALISIS KONSEP PERSONAL BRANDING BUDAYA JAWA
YANG DILAKUKAN FOOD VLOGGER WILUJENG SINUNG PADA MEDIA TIKTOK
(Pada bulan Agustus 2023 hingga Januari 2024)**

SKRIPSI



Oleh :

NADYA OCTAVIANA LUPITASARI

NIM : 20240848

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

2024

**ANALISIS KONSEP PERSONAL BRANDING BUDAYA JAWA
YANG DILAKUKAN FOOD VLOGGER WILUJENG SINUNG PADA MEDIA TIKTOK
(Pada bulan agustus 2023 hingga januari 2024)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh :

NADYA OCTAVIANA LUPITASARI

NIM : 20240848



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Nadya Octaviana Lupitasari ini,

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 13 Februari 2024

Pukul : 11.15-12.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Dra. Niken Lestarini, M.Si

NIDN. 0020066503


Krisna Megantari, S.Sos.,M.A

NIDN. 0724048604


Ayub Dwi Anggoro, Ph. D

NIDN. 0725038605

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Ayub Dwi Anggoro, Ph. D

NIK. 1986032520130912

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Nadya Octaviana Lupitasari/20240848

Telah di periksa dan di setujui untuk di uji

Ponorogo, 2 Februari 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, Ph. D
NIDN: 0725038605



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN: 0724048604

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nadya Octaviana Lupitasari

Alamat : Rt/Rw 001/003 ds kedungbanteng kec. Sukorejo kab. ponorogo

No. Identitas (NIM) : 20240848

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

**ANALISIS KONSEP PERSONAL BRANDING BUDAYA JAWA
YANG DILAKUKAN FOOD VLOGGER WILUJENG SINUNG PADA MEDIA TIKTOK
(Pada bulan agustus 2023 hingga januari 2024)**

adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri .Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 2 Februari 2024



Nadya Octaviana Lupitasari

Nim. 20240848

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS KONSEP PERSONAL BRANDING BUDAYA JAWA YANG DILAKUKAN FOOD VLOGGER WILUJENG SINUNG PADA MEDIA TIKTOK (Pada bulan agustus 2023 hingga januari 2024)”. Skripsi ini Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kesulitan yang dihadapi dan adanya banyak perhatian, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis, bapak sarni dan Ibu Sri Wahyuni, skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku. Terimakasih atas segala dukungan moral maupun materi dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis selama ini. Serta memberikan doa, motivasi dan kesabaran sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan kritik serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Mbak Wilujeng Sinung selaku Narasumber Food Vlogger yang telah meluangkan waktu untuk penulis dalam penelitian ini, seperti wawancara maupun memberikan data-data yang mendukung penyusunan skripsi ini.

5. Teman –Teman grup (Happy)

(Dilla Mariana, Khansa Nabila, Sely Bambang, Revita Putri, Dian Tri H.)

6. Terimakasih kepada Callista Ressian Farrel Anaid dan Aprilia Puspitasari selaku teman sambat penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Dhela Kurnia Wulansari yang telah membantu dan merekomendasikan berbagai aplikasi untuk menyusun skripsi ini
8. Dan Pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyusun skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap skripsi yang penulis tulis dapat bermanfaat untuk kedepannya dan dapat berguna bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan untuk penulis. Semoga Skripsi penulis ini bisa bermanfaat dan dapat digunakan serta dijadikan bahan refrensi bagi semua pihak yang berkepentingan

Ponorogo, 4 Januari 2024

Penulis



Nadya Octaviana Lupitasari

NIM. 20240848

MOTTO

**“ Semua Impian Kita Bisa Menjadi Kenyataan Jika Kita
Memiliki Keberanian Untuk Mengejarnya”**



ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi semakin hari semakin berkembang yang melahirkan berbagai media sosial. Tiktok merupakan menjadi media sosial yang pada saat ini sedang booming atau viral di masyarakat Indonesia. Dengan hadirnya tiktok membuat orang-orang berlomba-lomba untuk bersaing dalam mengenalkan brand atau personal branding yang ada pada dirinya. Wilujeng sinung merupakan salah satu orang yang memanfaatkan media sosial tiktok sebagai media untuk membangun personal brandingnya. Wilujeng sinung dikenal sebagai seorang food vlogger dengan konsep budaya jawa. Terdapat banyak food vlogger pada media sosial tiktok tetapi belum ada food vlogger yang mereview makanan menggunakan tema budaya jawa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan personal branding yang dilakukan oleh Wilujeng Sinung melalui media sosial tiktok @mba_ut. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi deskriptif kualitatif. Yang dilakukan menggunakan teori personal branding dari petter Montoya. Teknik pengumpulan dari penelitian ini adalah dengan wawancara dan observasi. Teknik analisis yang digunakan menggunakan model interaktif yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding Wilujeng sinung yang dibangun melalui media sosial tiktok adalah wilujeng sinung lebih menyukai mereview makanan yang legendaris dari pada makanan yang di kafe-kafe dengan menggunakan bahasa jawa campuran yang berfokus kepada kebutuhan pengikut yang tertarik dengan makanan sehari-hari atau makanan desa yang unik. Sesuai dengan teori yang di gunakan teori *the eight laws of personal branding* oleh peter Montoya, Tiktok @mba_ut menunjukkan Dari delapan konsep tersebut, wilujeng sinung memiliki semua konsep, namun yang paling dominan adalah konsep spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan dan terlihat. seorang food vlogger dengan konsep budaya jawa banyak yang memiliki ketertarikan dengan kontennya. Konten akun tiktoknya selalu memberikan pengalaman dari setiap makanan yang diulas. Dan konten Food vlogger dengan konsep budaya tidak semua orang menggunakan tema tersebut jadi konten wilujeng sinung pada tiktoknya merupakan sebuah kebaruan untuk melestarikan makanan serta budaya jawa. Wilujeng sinung konsisten dalam menggunggah konten makanan dengan kosep budaya jawa. Akun tiktok @mba_ut membawa pengaruh positif terhadap pengikutnya.

Kata Kunci: Personal Branding, Wilujeng Sinung, Tiktok, Budaya Jawa

ABSTRACT

The development of communication technology is increasingly developing day by day, giving birth to various social media. Tiktok is a social media that is currently booming or viral in Indonesian society. With the presence of TikTok, people are competing to introduce their brand or personal branding. Wilujeng Sinung is one of the people who uses TikTok social media as a medium to build his personal branding. Wilujeng Sinung is known as a food vlogger with a Javanese cultural concept. There are many food vloggers on TikTok social media but there are no food vloggers who review food using Javanese cultural themes. This research aims to describe the personal branding carried out by Wilujeng Sinung via social media tiktok @mba_ut. This research uses a qualitative descriptive content analysis approach. This was done using Peter Montoya's personal branding theory. The collection technique for this research is interviews and observation. The analysis technique used uses an interactive model, namely data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this research show that Wilujeng Sinung's personal branding which was built through TikTok social media is that Wilujeng Sinung prefers reviewing legendary food rather than food in cafes using mixed Javanese language which focuses on the needs of followers who are interested in everyday food or unique village food. In accordance with the theory used by Peter Montoya, the theory of the eight laws of personal branding, Tiktok @mba_ut shows that of the eight concepts, wilujeng sinung has all the concepts, but the most dominant are the concepts of specialization, leadership, personality, difference and appearance. a food vlogger with a Javanese cultural concept, many people are interested in his content. The content of his TikTok account always provides experiences of each food reviewed. And food vlogger content with a cultural concept, not everyone uses this theme, so wilujeng sinung's content on his TikTok is a novelty to preserve Javanese food and culture. Wilujeng Sinung is consistent in uploading food content with Javanese cultural concepts. The TikTok account @mba_ut has a positive influence on its followers.

Keywords: Personal Branding, Wilujeng Sinung, Tiktok, Javanese Culture

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
a. Personal Branding	9
b. Media Sosial	10
c. Tiktok	12
d. Budaya Jawa	14
e. Food Vlogger	15
f. Teori Personal Branding	17
B. Kerangka Berpikir	22
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
A. JENIS PENELITIAN	24
B. SUMBER DATA	24
C. SUBJECT PENELITIAN	25
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	25
E. TEKNIK ANALISIS DATA	27

BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Sajian Data Personal Branding Wilujeng Sinung Melalui Media Sosial Tiktok	51
C. Pembahasan Penelitian	61
a. Analisis Delapan Konsep Personal Branding	61
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. KESIMPULAN	81
B. SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA	83
Lampiran	87
Transkrip Wawancara Wilujeng Sinung	90
Lampiran Bukti wawancara	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil Wilujeng Sinung pada media tiktok.....	5
Gambar 2 Video tiktok wilujeng sinung.....	6
Gambar 3 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4 konten unggahan wilujeng sinung.....	30
Gambar 5 salah satu komentar viewers tiktok wilujeng sinung.....	31
Gambar 6 Video akun tiktok wilujeng sinung.....	34
Gambar 7 konten keseharian wlujeng sinung.....	36
Gambar 8 konten Makanan legend wilujeng sinung.....	38
Gambar 9 konten mereview makanan legend wilujeng sinung.....	40
Gambar 10 konten makanan desa wilujeng sinung.....	42
Gambar 11 Konsep Spesialisasi konten Wilujeng Sinung.....	51
Gambar 12 konten wilujeng sinung.....	53
Gambar 13 konten wilujeng sinung masak	55
Gambar 14 Komentar pengikut wilujeng sinung.....	57
Gambar 15 Konten wilujeng sinung bersama keluarga.....	60
Gambar 16 konten kolaborasi wilujeng sinung.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Konten.....5



