

SKRIPSI
STRATEGI *PERSONAL BRANDING* HJ. ANANDA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

ALDA PRISTA SYABILA

NIM. 2210414220052

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI S-I ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2026



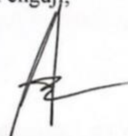
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* HJ. ANANDA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN TIKTOK

- A. Nama Mahasiswa : Alda Prista Syabila
NIM : 2210414220052
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~80,63~~(A) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 15 Juni 2026.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A
NIP. 198911282020121011 ()
- b. Sekretaris
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP. 19900108201707104001 ()
- c. Anggota
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A
NIP. 199202182019032020 ()

Banjarmasin, 13 Juli 2026
Ketua Tim Penguji,



Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A
NIP. 198911282020121011



Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alda Prista Syabila
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 21 September 2004
NIM : 2210414220052
Program Studi : S-1 Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Alamat : Komp. Banjar Indah II Blok B No. 7, RT/RW
010/002, Kel/Desa Pemurus Dalam, Kota
Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

Dengan ini saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun perguruan tinggi lainnya. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian penulis dengan arahan dari tim pembimbing dan masukan tim penguji. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan pemalsuan pada bagian tertentu, maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Banjarmasin, 05 Agustus 2026

Yang membuat Pernyataan,



Alda Prista Syabila
NIM : 2210414220052



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin Lima Belas Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1734/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 5 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Alda Prista Syabila
NIM : 2210414220052
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 11.30 s/d selesai
Nilai : 80,63 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 15 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

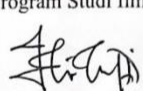
Alda Prista Syabila

1. Ketua : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
()
2. Sekretaris : Achmad Bayu C., S.Ikom., M.A.
()
3. Anggota : Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA.
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Alda Prista Syabila
NIM : 2210414220052
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	82	A
2.	Achmad Bayu Chandrabuwono., S.Ikom., M.A	82	B
3.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA	80	C
Jumlah		242	
Nilai Rata-rata		81,33	Nilai Akhir = 80,63 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 15 Juni 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1734/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Muhammad Nizar Hidayat, MA
2. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA
3. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Alda Prista Syabila
NIM : 2210414220052
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 15 Juni 2026
J a m : 11.30 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 5 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



ABSTRAK

Alda Prista Syabila, 2210414220052, 2026, Strategi *Personal Branding* Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok. Di bawah bimbingan Muhammad Nizar Hidayat.

Aktor politik gencar aktif menggunakan media sosial karena telah terjadi pergeseran komunikasi. Penggunaan media sosial Instagram dan TikTok dimanfaatkan oleh pelaku politik untuk menjangkau seluruh golongan masyarakat terutama golongan muda. Hj. Ananda merupakan wakil pemimpin, sosok politisi perempuan serta publik figur dari Banjarmasin yang aktif memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi *Personal Branding* Hj. Ananda melalui media sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi pada postingan media sosial Instagram dan TikTok @hj.ananda, kemudian wawancara bersama informan kunci serta dilanjutkan dengan wawancara bersama informan pendukung. Penelitian ini dianalisis dengan 8 konsep utama *personal branding* oleh Peter Montoya (2002) dan teori pengelolaan kesan.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, terdapat pemenuhan pada konsep kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, dan nama baik. Secara nyata, Hj. Ananda di media sosial terlihat apa adanya dan dinilai tanggap menyelesaikan masalah melalui aksi yang diunggah di media sosial. Dibandingkan temuan tahun 2022, strategi *personal branding* Hj. Ananda sekarang lebih berbeda karena berani mengikuti tren golongan muda yang dipadukan dengan keunikan penggunaan bahasa Banjar pada *caption* serta terdapat keunikan simbol “Pink Ranger” sebagai identitas politisi perempuan, serta konsistensi membangun media sosial mulai dari tahun 2017 hingga saat ini. Namun, masih terdapat catatan kritis mengenai konsep Spesialisasi yang masih berisiko karena cukup *overexposure*, kemudian konsep Kepemimpinan yang berisiko hilang karena gaya bahasa dan postingan yang diunggah tidak dipilah sebaik mungkin dan konsep Keteguhan yang tidak nampak dalam seluruh proses penyelesaian masalah karena hanya hadir pada progres awal saja.

Kata kunci: *Personal Branding*, Media Sosial, Hj. Ananda.

ABSTRACT

Alda Prista Syabila, 2210414220052, 2026, Hj. Ananda's Strategy of Personal Branding on Instagram and TikTok. Under the Supervision of Muhammad Nizar Hidayat.

Political figures are actively and frequently using social media due to a shift in communication patterns. Political figures utilize social media platforms such as Instagram and TikTok to reach all segments of society, particularly the younger generation. Hj. Ananda is a political leader, a female politician, and a public figure from Banjarmasin who actively uses Instagram and TikTok.

This research aims to examine Hj. Ananda's personal branding strategy through social media. A qualitative method was employed. Research data were collected through observation of social media posts on Instagram and TikTok (@hj.ananda), followed by interviews with key informants and supplementary interviews with supporting informants. The findings were analyzed using the eight main concepts of personal branding by Peter Montoya (2002) and impression management theory.

The results obtained in this research show that the concepts of personality, distinctiveness, visibility, unity, and reputation are fulfilled. In fact, Hj. Ananda appears genuine on social media and is seen as responsive in resolving issues through the actions she posts there. Compared to the findings from 2022, Hj. Ananda's personal branding strategy is now distinct because she boldly follows trends popular among the younger generation, combined with the unique use of the Banjar language in her captions, the distinctive "Pink Ranger" symbol as an identity for a female politician, and her consistent development of her social media presence from 2017 to the present. However, there are still critical notes regarding the Specialization concept, which remains risky due to potential overexposure; the Leadership concept, which risks being lost because the language style and posted content are not curated as effectively as possible and the Persistence concept, which is not evident throughout the entire problem-solving process, as it is only present in the initial stages.

Keywords: Personal Branding, Social Media, Hj. Ananda.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji dan syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, serta hidayah-Nya, kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Personal Branding* Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok”. Saya menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini. Terutama kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberi izin dan fasilitas selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat atas segala bantuan mengenai izin yang diberikan untuk segala proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang menjadi pemimpin Program Studi Ilmu Komunikasi dan memberikan arahan juga saran terbaik kepada seluruh mahasiswa/i.

4. Bapak Muhammad Ainani, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan mengenai perkuliahan dari awal peneliti pertama kali melangkah kaki ke gedung lama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat hingga sampai saat ini.
5. Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan banyak sekali arahan, masukan, pemikiran serta bantuan atau solusi bagi saya sebagai peneliti jika terdapat masalah yang tidak dapat dipecahkan oleh saya sebagai peneliti dengan kesabaran yang sangat luas dan waktu yang diluangkan selama membantu membimbing dan selama peneliti melakukan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Penguji 1 dan Dosen Pembimbing 2 yang membantu mengarahkan peneliti dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A., selaku Dosen Penguji 2 yang memberikan arahan kepada peneliti dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi beserta staf yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan dan pengalaman-pengalaman baru bagi peneliti selama masa perkuliahan hingga saat ini.

9. Ibu Ria Ramadhani dan Bapak A. Fadillah selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan doa, dorongan kepada peneliti dari awal masuk kuliah hingga telah di titik ini, kemudian telah memberikan fasilitas yang membantu peneliti selama masa perkuliahan hingga saat ini dan mengantar jemput peneliti selama masa perkuliahan dan telah percaya dengan peneliti bahwa mampu untuk menyelesaikan perkuliahan ini. Nenek dan Kai yang juga percaya dengan peneliti yang dapat menyelesaikan penelitian ini, serta mendoakan yang terbaik untuk peneliti. Kemudian seluruh keluarga besar yang tidak luput mendoakan peneliti dan mendukung peneliti selama masa kuliah.
10. Informan kunci dari penelitian ini yaitu Ibu Hj. Ananda, Wakil Wali Kota Banjarmasin dan informan pendukung dalam penelitian ini yaitu ASN, Muhammad Arifin Ilham dan Muhammad Nur Afif yang telah meluangkan waktunya menjadi bagian dalam penelitian ini yaitu sebagai informan yang menghasilkan data penelitian ini.
11. Kopi Kenangan Kantor Pos dan Kopi Kenangan Ahmad Yani Pal 7, Croco, Tomoro, Fore, Saka Baswara, Issho, Genji, Kantor Pemerintah Kota Banjarmasin dan tempat-tempat lain yang menjadi tempat peneliti untuk menyusun skripsi.
12. Teman-teman dari peneliti yang telah mendukung peneliti dari awal masuk perkuliahan yaitu teman-teman SMP dan MAN peneliti terutama Siti Zainab.

13. Teman-teman yang peneliti baru kenal selama 4 tahun terakhir ini terutama Najwa Nailufar A. yang telah menemani peneliti dari pengambilan jas almamater ULM kemudian Nadhira, Sandra dan Novia yang selama 4 tahun ini selalu berjuang bersama dengan peneliti selama masa perkuliahan hingga saat ini. Tidak lupa dengan Arsyia, Nisa, dan Eka yang ikut berjuang bersama-sama untuk melakukan sidang bersama dan lulus bersama pada tahun 2026 ini. Serta teman lain yang tidak bisa saya sebutkan di sini karena sudah selalu ada selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna yang disebabkan dari kemampuan yang dimiliki oleh peneliti terbatas, sehingga dengan rendah hati peneliti menerima masukan dan saran dalam skripsi ini. Akhir kata dari peneliti berharap semoga skripsi yang berjudul “Strategi *Personal Branding* Hj. Ananda Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok” ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti-peneliti selanjutnya.

Wassalamu’alaikum, Wr. Wb.

Banjarmasin, 6 Juli 2026

Alda Prista Syabila
NIM. 2210414220052

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR BAGAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Sejenis	20
2.2 Tinjauan Konseptual	28
2.2.1 Komunikasi.....	28
2.2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	31
2.2.1.2 Strategi Komunikasi.....	34
2.2.2 Komunikasi Massa.....	34
2.2.3 Komunikasi Politik	36
2.2.3.1 Strategi Komunikasi Politik	40

2.2.4 Media Massa	42
2.2.5 <i>Personal branding</i>	43
2.2.5.1 Tujuan <i>Personal Branding</i>	44
2.2.5.2 Manfaat <i>Personal Branding</i>	45
2.2.5.3 Konsep <i>Personal Branding</i>	48
2.2.6 Perempuan dan Politik	51
2.2.7 Wakil Wali Kota	52
2.3 Tinjauan Teoritis	53
2.4 Kerangka Berpikir	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Pendekatan Penelitian	58
3.2 Tipe Penelitian	59
3.3 Objek Penelitian	59
3.4 Informan Penelitian	60
3.5 Jenis dan Sumber Data	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data	62
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.8 Triangulasi Data	64
3.9 Waktu dan Lokasi Penelitian	65
3.10 Fokus dan Batasan Penelitian	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum	67
4.1.1 Profil Hj. Ananda	67

4.1.2 Profil Instagram dan TikTok Hj. Ananda	70
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Fitur-Fitur Instagram dan TikTok yang Dimanfaatkan Hj. Ananda.....	75
4.2.2 Penerapan 8 Konsep <i>Personal Branding</i> Oleh Peter Montoya Pada Instagram dan TikTok Hj. Ananda	77
4.2.3 Rekapitulasi Hasil Penelitian	129
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	134
4.3.1 Analisis Strategi Membangun <i>Personal Branding</i> Hj. Ananda Menggunakan 8 Konsep <i>Personal Branding</i> Peter Montoya dan Teori Pengelolaan Kesan	139
BAB V KESIMPULAN.....	166
5.1 Kesimpulan	166
5.2 Saran	170
DAFTAR PUSTAKA	174
LAMPIRAN	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Ranger Biru dan Pink Saat Masa Kampanye Hingga Masa Menjabat.....	2
Gambar 1.2 Postingan Hj. Ananda Turun Langsung ke Lapangan	3
Gambar 1.3 Postingan Interaktif	4
Gambar 1.4 Postingan dan Kolom Komentar Postingan Hj. Ananda Wilayah Banjir	6
Gambar 1.5 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2025	9
Gambar 1.6 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Banjarmasin, 2024	10
Gambar 1.7 Keterlibatan Perempuan di Parlemen (Persen), 2024	12
Gambar 1.8 Data Kesbangpol Menurut Jenis Kelamin di Kota Banjarmasin Tahun 2023-2024.....	13
Gambar 1.9 Berita (Berbagi Cerita Kunci Sukses Hj Ananda, Selalu Ikuti Arahan Orangtua Melalui Obligasi Bank Kalsel).....	15
Gambar 1.10 Berita (Dari Dokter ke Wakil Wali Kota: Kisah Sukses Hj. Ananda Ikuti Arahan Orangtua, Dibahas di Podcast Obligasi Bank Kalsel)	15
Gambar 1.11 Berita (Maju di Pilkada Banjarmasin 2024, Yamin-Ananda Dijadwalkan Besok Mendaftar ke KPU	16
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber.....	64
Gambar 3.3 Triangulasi Teknik.....	65

Gambar 4.1 Potret Hj. Ananda Selaku Wakil Wali Kota Banjarmasin	69
Gambar 4.2 Halaman Profil Instagram Hj. Ananda	73
Gambar 4.3 Halaman Profil TikTok Hj. Ananda	74
Gambar 4.4 Postingan TikTok Inspeksi Dadakan Hj. Ananda.....	79
Gambar 4.5 Postingan Instagram Inspeksi Dadakan Hj. Ananda.....	80
Gambar 4.6 Postingan Tanggapan Hj. Ananda Terhadap Komentar Publik di Instagram	82
Gambar 4.7 Postingan Tanggapan Hj. Ananda Terhadap Komentar Publik di TikTok	83
Gambar 4.8 Postingan TikTok Hj. Ananda Menutup TPS.....	86
Gambar 4.9 Postingan Instagram Hj. Ananda Memimpin Progres URS	87
Gambar 4.10 Caption Pink Ranger di Postingan TikTok Hj. Ananda	91
Gambar 4.11 Caption Akun Hj. Ananda Relate dengan Masyarakat	93
Gambar 4.12 Postingan Instagram Hj. Ananda sebagai Pink Ranger	95
Gambar 4.13 Postingan TikTok Hj. Ananda sebagai Pink Ranger	96
Gambar 4.14 Postingan Instagram Hj. Ananda Mengikuti Tren	100
Gambar 4.15 Postingan TikTok Hj. Ananda Mengikuti Tren	101
Gambar 4.16 Postingan TikTok Hj. Ananda Mengikuti Tren 2026	102
Gambar 4.17 Postingan Instagram Hj. Ananda Mengikuti Tren 2026	103
Gambar 4.18 Postingan Interaktif Hj. Ananda di Instagram	106
Gambar 4.19 Postingan Interaktif Hj. Ananda di TikTok	108
Gambar 4.20 Hj. Ananda Bersama Masyarakat pada Postingan Instagram	110

Gambar 4.21 Hj. Ananda Bersama Masyarakat pada Postingan TikTok ...	112
Gambar 4.22 Konsisten Mengunggah konten variatif pada Instagram	115
Gambar 4.23 Konsisten Mengunggah konten variatif pada TikTok	116
Gambar 4.24 Postingan Instagram Hj. Ananda Ketika Menjadi Narasumber	117
Gambar 4.25 Postingan TikTok Hj. Ananda Ketika Menjadi Narasumber	118
Gambar 4.26 Konten Kepedulian pada Postingan Instagram Hj. Ananda	121
Gambar 4.27 Konten Kepedulian pada Postingan TikTok Hj. Ananda	123
Gambar 4.28 Postingan Instagram Hj. Ananda Ketika Turun Lapangan ...	125
Gambar 4.29 Postingan TikTok Hj. Ananda Ketika Turun Lapangan	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Temuan Penggunaan Fitur Instagram dan TikTok	129
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Temuan Penerapan 8 Konsep <i>Personal Branding</i> oleh Peter Montoya (2002)	130

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	57
-----------------------------------	----