

SKRIPSI

PERSONAL BRANDING DANIEL BASKARA PUTRA

(Studi Analisis *Grid Citra* Pada *Followers* Akun Instagram @wordfangs)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

ASRI ALKIRANI

(2010414120017)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2026

SURAT PERNYATAAN

Nama : Asri Alkirani
Tempat/Tanggal Lahir : Puntik Tengah, 24 Mei 2001
NIM : 2010414120017
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Ray 12 Puntik Tengah Rt.5/RW.2
Mandastana, Barito Kuala Kalimantan
Selatan, Indonesia.

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi saya yang berjudul “PERSONAL BRANDING DANIEL BASKARA PUTRA (Studi Analisis Grid Citra Pada Followers Akun Instagram @wordfangs)” adalah murni hasil gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan masukan dari tim bimbingan dan penguji. Pada karya tulis skripsi ini, segala referensi yang digunakan telah dicantumkan sumbernya secara jelas pada bagian daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila suatu hari nanti terdapat penyimpangan atau didapati unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, 26 Juni 2025

Pembuat Pernyataan,


Asri Alkirani



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : ilmu.komunikasi@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERSONAL BRANDING DANIEL BASKARA PUTRA
(Studi Analisis Grid Citra Pada Followers Akun Instagram @wordfangs)

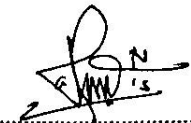
A. Nama Mahasiswa : Asri Alkirani
NIM : 2010414120017

B. Dinyatakan LULUS dengan nilai A dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat pada tanggal 19 Maret 2025.

C. Tim Penguji :

a. Ketua

Noviana Sari, S. IP., M.A.
NIP. 198511072015042001



(.....)

b. Sekretaris

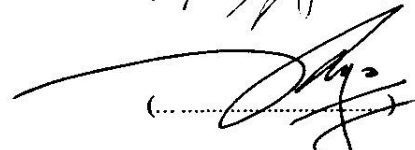
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Kom., M.A.
NIP. 19900108201707104001



(.....)

c. Anggota


Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.
NIP. 198204212014041001



(.....)


Banjarmasin, 26 Juni 2025

Ketua Pembimbing



Noviana Sari, S. IP., M.A.
NIP. 198511072015042001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Penyusunan skripsi yang berjudul “***PERSONAL BRANDING DANIEL BASKARA PUTRA (Studi Analisis Grid Citra Pada Followers Akun Instagram @wordfangs)***” merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S. I.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan selama proses perkuliahan.
5. Ibu Noviana Sari, S. IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta masukan kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi hingga penelitian dengan baik dan penuh kesabaran.

6. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Kom., M.A., selaku Dosen Penguji 1 saya yang telah memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji 2 saya yang telah memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua yaitu Bapak dan Mama serta adik-adik yang telah memberikan dukungan dan mendoakan selama ini.
9. Teman-teman terdekat, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Team Hindia, Kelelawar dan Peserta Lomba Sihir, di seluruh Indonesia yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.

Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca, sehingga kedepannya dapat memperbaiki bentuk maupun isi dari skripsi agar menjadi lebih baik.

Banjarmasin, 3 Maret 2025

Asri Alkirani

NIM. 2010414120017

ABSTRAK

Asri Alkirani, 2010414120017, 2025, *Personal Branding Daniel Baskara Putra (Studi Analisis Grid Citra Pada Followers Akun Instagram @wordfangs)*. Dibimbing oleh Noviana Sari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi citra *personal branding* Daniel Baskara Putra melalui akun Instagram @wordfangs. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe metode deskriptif. Data diperoleh melalui kuesioner dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis *grid* citra dari Philip Kotler.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada skala pengenalan, sebanyak 67% responden mengetahui Daniel Baskara Putra melalui media sosial Instagram. Selain itu pada aspek skala kenal suka, sebanyak 76% responden memberikan penilaian positif terhadap *personal branding* Daniel Baskara Putra melalui media sosial Instagram. Dari analisis *grid* citra berdasarkan delapan indikator *personal branding*, yaitu: spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, serta maksud baik, dapat disimpulkan bahwa Daniel Baskara Putra masuk dalam *grid* A, yang merupakan penilaian pada tingkat sangat dikenal dengan citra yang positif di Instagram.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Analisis *Grid* Citra, Media Sosial, Baskara Putra

ABSTRACT

Asri Alkirani, 2010414120017, 2025. Personal Branding of Daniel Baskara Putra (A Grid Image Analysis Study on the Followers of the Instagram Account @wordfangs). Guided by Noviana Sari.

This study aims to identify the personal branding image of Daniel Baskara Putra through the Instagram account @wordfangs. A quantitative approach with a descriptive research method was employed. Data were collected through questionnaires and observations, then analyzed using Philip Kotler's grid image analysis method.

The findings indicate that, on the familiarity scale, 67% of respondents became aware of Daniel Baskara Putra through Instagram. Additionally, on the favorability scale, 76% of respondents expressed a positive perception of his personal branding on the platform. Based on the grid image analysis using eight personal branding indicators: specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill, it can be concluded that Daniel Baskara Putra falls into Grid A, representing a highly recognized figure with a positive image on Instagram.

Keywords: Personal Branding, Grid Image Analysis, Social Media, Baskara Putra.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sejenis	13
2.2 Tinjauan Konseptual	16
2.2.1 Komunikasi	16
2.2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	18
2.2.1.2 Tipe Komunikasi.....	20
2.2.2 Komunikasi Massa	20
2.2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi Massa	24
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	26
2.2.3 <i>New Media</i>	27
2.2.4 Media Sosial	30
2.2.4.1 Karakteristik Media Sosial	32
2.2.4.2 Instagram.....	33
2.2.5 <i>Public Relations</i>	38
2.2.6 Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	41
2.2.7 Citra	41

2.2.7.1	Jenis Citra.....	45
2.2.8	<i>Personal Branding</i>	45
2.2.8.1	Konsep Pembentukan.....	48
2.3	Tinjauan Teori	50
2.3.1	Teori Presentasi Diri (<i>Self Presentation</i>).....	50
2.4	Kerangka Pemikiran.....	55
2.5	Hipotesis Penelitian.....	56
BAB III	PENDAHULUAN.....	57
3.1	Pendekatan Penelitian	57
3.2	Tipe Penelitian.....	57
3.3	Objek Penelitian	59
3.4	Populasi dan Sampel	59
3.4.1	Populasi	59
3.4.2	Sampel.....	59
3.4.2.1	Teknik <i>Sampling</i>	61
3.5	Jenis dan Sumber Data	62
3.5.1	Data Primer.....	62
3.5.2	Data Sekunder	63
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6.1	Kuesioner.....	63
3.6.2	Dokumentasi.....	64
3.7	Teknik Penentuan Skor	65
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	66
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.9.1	Uji Validitas	70
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	74
3.10	Teknik Analisis Data.....	76
3.11	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	79
3.11.1	Waktu Penelitian	79
3.11.2	Lokasi Penelitian	79

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
BAB V PENUTUP.....	167
5.1 Kesimpulan.....	167
5.2 Saran.....	167
5.2.1 Saran Teoritis.....	167
5.2.2 Saran Praktis.....	168
DAFTAR PUSTAKA.....	169
LAMPIRAN.....	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Pengguna Sosial Media di Indonesia	2
Gambar 1.2	Persentase Usia Pengguna Instagram Data Statistik dari “NapoleonCat”	4
Gambar 1.3	Postingan Instagram @amiaward, Kategori yang Diraih oleh Baskara Putra pada AMI Awards 2024	5
Gambar 1.4	Akun Instagram Daniel Baskara Putra “Hindia”	6
Gambar 1.5	Pertanyaan Pengirim Anonim Pada Akun @tanyarlfe di Media Sosial X.....	7
Gambar 1.6	Beberapa Komentar Negatif Pada Media Sosial X, di Akun Menfess @tanyarlfe.....	8
Gambar 1.7	Postingan Instastory Klarifikasi Baskara Putra di Akun Instagram Pribadinya @wordfangs.....	10
Gambar 1.8	Beberapa Postingan Foto, Video dan Instastory Baskara Putra di Akun Instagram Pribadinya @wordfangs.....	11
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	55
Gambar 3.1	Skor Kategori Skala Pengenalan.....	76
Gambar 3.2	Skor Kategori Skala Kenal Suka	77
Gambar 3.3	Analisis Citra dan Tanggapan Khalayak.....	78
Gambar 4.1	Daniel Baskara Putra.....	81
Gambar 4.2	Akun Instagram Daniel Baskara Putra “Hindia”.....	84
Gambar 4.3	Analisis Citra Grid	135
Gambar 4.4	Analisis Citra Grid	136
Gambar 4.5	Analisis Citra Grid	138
Gambar 4.6	Analisis Citra Grid	140
Gambar 4.7	Analisis Citra Grid	141
Gambar 4.8	Analisis Citra Grid	143
Gambar 4.9	Analisis Citra Grid	145
Gambar 4.10	Analisis Citra Grid	146
Gambar 4.11	Analisis Citra Grid	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Penentuan Jumlah Sampel oleh Isaac & Michael berdasarkan Populasi dengan Tingkat Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	62
Tabel 3.2	Kategori Skala Pengenalan Berbasis Skala <i>Likert</i>	66
Tabel 3.3	Kategori Skala Kenal Suka Berbasis Skala <i>Likert</i>	66
Tabel 3.4	Struktur Pertanyaan Variabel <i>Personal Branding</i>	69
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Pengenalan	72
Tabel 3.6	Uji Validitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Kenal Suka.....	73
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Pengenalan	75
Tabel 3.8	Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Kenal Suka.....	75
Tabel 3.9	Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....	79
Tabel 4.1	Data Distribusi Usia Responden	86
Tabel 4.2	Data Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	87
Tabel 4.3	Data Distribusi Domisili Responden.....	87
Tabel 4.4	Data Distribusi Profesi Responden	90
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan	91
Tabel 4.6	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan.....	92
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan	93
Tabel 4.8	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan.....	95
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Pengenalan	96
Tabel 4.10	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Pengenalan.....	97

Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Pengenalan	98
Tabel 4.12	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Pengenalan.....	99
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Pengenalan.....	101
Tabel 4.14	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Pengenalan	102
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Pengenalan.....	103
Tabel 4.16	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Pengenalan	104
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Pengenalan	105
Tabel 4.18	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Pengenalan.....	107
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan	108
Tabel 4.20	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan.....	109
Tabel 4.21	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Pengenalan	110
Tabel 4.22	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Pengenalan	111
Tabel 4.23	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka.....	113
Tabel 4.24	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka	114
Tabel 4.25	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	115

Tabel 4.26	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	116
Tabel 4.27	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka.....	117
Tabel 4.28	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka	119
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka.....	120
Tabel 4.30	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka.....	121
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka.....	122
Tabel 4.30	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka.....	123
Tabel 4.31	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka.....	124
Tabel 4.32	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka	125
Tabel 4.33	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka	126
Tabel 4.34	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka.....	128
Tabel 4.37	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Kenal Suka	129
Tabel 4.38	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Kenal Suka.....	130
Tabel 4.39	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Kenal Suka.....	131
Tabel 4.40	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Kenal Suka.....	132

Tabel 4.41	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan.....	134
Tabel 4.42	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka	134
Tabel 4.43	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan.....	135
Tabel 4.44	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	136
Tabel 4.45	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepribadian Skala Pengenalan.....	137
Tabel 4.46	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka	138
Tabel 4.47	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Perbedaan Skala Pengenalan.....	139
Tabel 4.48	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka	139
Tabel 4.49	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kenampakan Skala Pengenalan.....	140
Tabel 4.50	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka	141
Tabel 4.51	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kesatuan Skala Pengenalan.....	142
Tabel 4.52	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka	143
Tabel 4.53	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Keteguhan Skala Pengenalan.....	144
Tabel 4.54	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka	144
Tabel 4.55	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan.....	145

Tabel 4.56	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Maksud Baik	
	Skala Kenal Suka	146
Tabel 4.57	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel	
	<i>Personal Branding</i> Analisis <i>Grid</i> Citra Baskara Putra	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Pengguna Sosial Media di Indonesia	2
Gambar 1.2	Persentase Usia Pengguna Instagram Data Statistik dari “NapoleonCat”	4
Gambar 1.3	Postingan Instagram @amiaward, Kategori yang Diraih oleh Baskara Putra pada AMI Awards 2024	5
Gambar 1.4	Akun Instagram Daniel Baskara Putra “Hindia”	6
Gambar 1.5	Pertanyaan Pengirim Anonim Pada Akun @tanyarlfe di Media Sosial X.....	7
Gambar 1.6	Beberapa Komentar Negatif Pada Media Sosial X, di Akun Menfess @tanyarlfe.....	8
Gambar 1.7	Postingan Instastory Klarifikasi Baskara Putra di Akun Instagram Pribadinya @wordfangs.....	10
Gambar 1.8	Beberapa Postingan Foto, Video dan Instastory Baskara Putra di Akun Instagram Pribadinya @wordfangs.....	11
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	55
Gambar 3.1	Skor Kategori Skala Pengenalan.....	76
Gambar 3.2	Skor Kategori Skala Kenal Suka	77
Gambar 3.3	Analisis Citra dan Tanggapan Khalayak.....	78
Gambar 4.1	Daniel Baskara Putra.....	81
Gambar 4.2	Akun Instagram Daniel Baskara Putra “Hindia”.....	84
Gambar 4.3	Analisis Citra Grid	135
Gambar 4.4	Analisis Citra Grid	136
Gambar 4.5	Analisis Citra Grid	138
Gambar 4.6	Analisis Citra Grid	140
Gambar 4.7	Analisis Citra Grid	141
Gambar 4.8	Analisis Citra Grid	143
Gambar 4.9	Analisis Citra Grid	145
Gambar 4.10	Analisis Citra Grid	146
Gambar 4.11	Analisis Citra Grid	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Penentuan Jumlah Sampel oleh Isaac & Michael berdasarkan Populasi dengan Tingkat Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	62
Tabel 3.2	Kategori Skala Pengenalan Berbasis Skala <i>Likert</i>	66
Tabel 3.3	Kategori Skala Kenal Suka Berbasis Skala <i>Likert</i>	66
Tabel 3.4	Struktur Pertanyaan Variabel <i>Personal Branding</i>	69
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Pengenalan	72
Tabel 3.6	Uji Validitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Kenal Suka.....	73
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Pengenalan	75
Tabel 3.8	Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Branding</i> pada Skala Kenal Suka.....	75
Tabel 3.9	Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....	79
Tabel 4.1	Data Distribusi Usia Responden	86
Tabel 4.2	Data Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	87
Tabel 4.3	Data Distribusi Domisili Responden.....	87
Tabel 4.4	Data Distribusi Profesi Responden	90
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan	91
Tabel 4.6	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan.....	92
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan	93
Tabel 4.8	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan.....	95
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Pengenalan	96
Tabel 4.10	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Pengenalan.....	97

Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Pengenalan	98
Tabel 4.12	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Pengenalan.....	99
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Pengenalan.....	101
Tabel 4.14	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Pengenalan	102
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Pengenalan.....	103
Tabel 4.16	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Pengenalan	104
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Pengenalan	105
Tabel 4.18	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Pengenalan.....	107
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan	108
Tabel 4.20	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan.....	109
Tabel 4.21	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Pengenalan	110
Tabel 4.22	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Pengenalan	111
Tabel 4.23	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka.....	113
Tabel 4.24	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka	114
Tabel 4.25	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	115

Tabel 4.26	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	116
Tabel 4.27	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka.....	117
Tabel 4.28	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka	119
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka.....	120
Tabel 4.30	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka.....	121
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka.....	122
Tabel 4.30	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka.....	123
Tabel 4.31	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka.....	124
Tabel 4.32	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka	125
Tabel 4.33	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka	126
Tabel 4.34	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka.....	128
Tabel 4.37	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Kenal Suka	129
Tabel 4.38	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Indikator Maksud Baik Skala Kenal Suka.....	130
Tabel 4.39	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Kenal Suka.....	131
Tabel 4.40	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Branding</i> Skala Kenal Suka.....	132

Tabel 4.41	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Spesialisasi Skala Pengenalan.....	134
Tabel 4.42	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Spesialisasi Skala Kenal Suka	134
Tabel 4.43	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepemimpinan Skala Pengenalan.....	135
Tabel 4.44	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepemimpinan Skala Kenal Suka.....	136
Tabel 4.45	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepribadian Skala Pengenalan.....	137
Tabel 4.46	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kepribadian Skala Kenal Suka	138
Tabel 4.47	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Perbedaan Skala Pengenalan.....	139
Tabel 4.48	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Perbedaan Skala Kenal Suka	139
Tabel 4.49	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kenampakan Skala Pengenalan.....	140
Tabel 4.50	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kenampakan Skala Kenal Suka	141
Tabel 4.51	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kesatuan Skala Pengenalan.....	142
Tabel 4.52	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Kesatuan Skala Kenal Suka	143
Tabel 4.53	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Keteguhan Skala Pengenalan.....	144
Tabel 4.54	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Keteguhan Skala Kenal Suka	144
Tabel 4.55	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Maksud Baik Skala Pengenalan.....	145

Tabel 4.56	Klasifikasi Hasil Jawaban Responden pada Indikator Maksud Baik	
	Skala Kenal Suka	146
Tabel 4.57	Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel	
	<i>Personal Branding</i> Analisis <i>Grid</i> Citra Baskara Putra	147