

SKRIPSI

PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PERSONAL BRANDING CONTEN CREATOR @marcelinusaldo UNTUK KEBUTUHAN PENGEMBANGAN KARIER FOLLOWERS

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

**NINDA APRILIA YOGIANA
NIM: 2125002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NINDA APRILIA YOGIANA

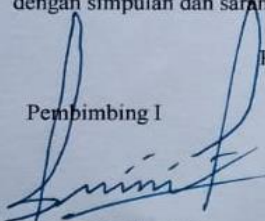
NIM : 2125002

**JUDUL PENELITIAN : PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI
MEDIA PERSONAL BRANDING CONTEN
CREATOR @marcelinusaldo UNTUK
KEBUTUHAN PENGEMBANGAN KARIER
FOLLOWERS**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Selasa, 22 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 24 Juli 2025

Pembimbing I



SEPRINI, SE., MM
NIDN. 1025097804

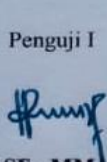
Pembimbing II



ARFIANTI NOVITA ANWAR, S.IP., MM
NIDN. 1013058302

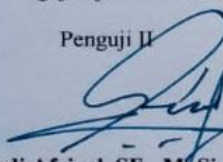
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



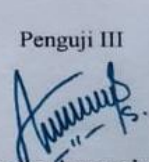
Hidayat, SE., MM., CPHCM
NIDN. 1027058603

Penguji II



Andi Afrizal, SE., M. Si, AK, CA
NIDN. 1014118301

Penguji III



Sherliyana Anggraini, SE., M.Si
NIDN. 1028069201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



NUR HAYATI, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NINDA APRILIA YOGIANA

Nomor Mahasiswa : 2125002

Program Studi : S1 MANAJEMEN

Judul Skripsi : Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Media *Personal Branding Content Creator @marcelinusaldo* Untuk
Kebutuhan Pengembangan Karier *Followers*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 17 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan



Ninda Aprilia Yogiana

ABSTRAK

Ninda Aprilia Yogiana Ybs. 2125002. 2025. Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Media *Personal Branding* Conten Creator @marcelinusaldo Untuk Kebutuhan Pengembangan Karier *Followers*. Seprini, S.E., M.M, Arfianti Novita Anwar, S.IP.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi personal branding yang dibangun oleh content creator TikTok @marcelinusaldo dan bagaimana peran kontennya dalam mendukung pengembangan karier para followers. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal branding* yang dibangun oleh @marcelinusaldo terdiri dari konsistensi tema dan tujuan konten, gaya komunikasi yang *relatable* dan natural, menampilkan diri sebagai konten kreator yang autentik, konsistensi visual dan naratif, dan merespon *audiens*. Selanjutnya, konten-konten yang dibagikan berperan dalam mendukung kebutuhan pengembangan karier *followers*, yaitu memberikan wawasan baru tentang cara bersikap dan berperilaku dalam lingkungan kerja, berperan dalam mengembangkan keterampilan komunikasi *interpersonal*, memberikan dorongan motivasi dan membangun kepercayaan diri, berperan dalam membentuk sikap profesional dan memperkuat nilai kerja yang diterapkan oleh para *followers*-nya, dan menjadi media refleksi dan bahan evaluasi diri bagi para *followers*.

Kata Kunci: Media Sosial Tiktok, Personal Branding, Pengembangan Karier.

ABSTRACT

Ninda Aprilia Yoghiana Ybs. 2125002. 2025. Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Media *Personal Branding* *Content Creator* @marcelinusaldo Untuk Kebutuhan Pengembangan Karier *Followers*. Seprini, S.E., M.M, Arfianti Novita Anwar, S.IP.,MM

This study aims to analyze the personal branding strategy built by Tiktok content creator @marcelinusaldo and how the role of his content in supporting the career development of his followers. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study show that the personal branding strategy built by @marcelinusaldo consists of consistency of content themes and objectives, relatable and natural communications style, presenting himself as an authentic content creator, visual and narrative consistency and responding to the audience. Furthermore, the shared content plays a role in supporting the career development needs of followers, namely providing new insights on how to act and behave in the work environment, playing a role in developing interpersonal communication skills, providing motivational encouragement and building self-confidence, playing a role in forming professional attitudes and strengthening work values applied by his followers, and becoming a medium for reflection and self-evaluation material for followers.

Keywords: Social Media Tiktok, Personal Branding, Career Development.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa diantara mereka adalah :

1. Bapak Dr. Hardianto,M.Pd.,CPCT, Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Nurhayati,SE.,M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar,S.IP.,MM Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Seprini,SE.,MM, sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Arfianti Novita Anwar,S.IP.,MM, sebagai pembimbing II, yang juga telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Responden, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
7. Teristimewa penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada orang tua penulis, Bapak Supri Yanto, Mama Dwi Susanti, dan Ibu Ade Irma yang kasih sayangnya tidak akan surut, dan cintanya tidak pernah hanyut.

Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang yang hingga kini tetap mengalir, baik materi maupun spiritual. Sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana semestinya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak, Mama, dan Ibu dengan surga.

8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, nenek Lasmi. Terima kasih telah menjadi rumah, mendukung, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Adik tercinta Aji Bima Prayoga, Elga Alfian Dianto, Nadhifa Nejmi Mahira, Zidan Asnan Khohidir yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat penulis, Yulinda Ariyanti terima kasih atas semua kebaikan yang kamu berikan selama kita berteman dan sudah mendengar cerita-cerita penulis.
11. Sahabat penulis dibangku perkuliahan yang selalu membersamai dalam empat tahun ini Hafifah Shaleha, Nur Ziah Hasibuan, dan Wiwin Sahara yang banyak membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tidak pernah henti saling menyemangati.
12. Terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diri saya sendiri, Ninda Aplilia Yogiana. Seorang anak pertama yang berusia 22 tahun. Terima kasih telah lahir di dunia dan sudah bertahan sampai sejauh ini melewati banyaknya tantangan dan rintangan yang alam semesta berikan. Terima kasih kamu hebat saya bangga atas pencapaian yang telah di raih

dalam hidup mu dan selalu merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau seringkali pengharapan tidak sesuai dengan ekspektasi, namun harus tetap bersyukur terima kasih selalu mau berusaha, bekerjasama dan tidak lelah mencoba hal-hal positif saya yakin dengan usaha, kebaikan-kebaikan dan do'a yang selalu kamu langitkan Allah SWT sudah merencanakan memberikan pilihan yang tidak terduga pastinya terbaik untuk dirimu. Berbahagialah selalu dimanapun kapanpun kamu berasa, Nay. Rayakan selalu kehadiranmu jadilah bersinar dimanapun kamu memijakkan kaki. Semoga langkah kebaikan terus berada padamu dan semoga Allah SWT selalu meridhoi setiap perbuatanmu dan selalu dalam lindungan-Nya. Amiin.

13. Semua pihak yang tak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Tentu saja, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus hati kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain, dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, 10 April 2025

(Ninda Aprilia Yogiana)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	ivi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA ALUR PIKIR.....	11
2.1 Media Sosial Tiktok	11
2.1.1 Pengertian Media Sosial Tiktok.....	11
2.1.2 Indikator Media Sosial Tiktok	12
2.2 Personal Branding	14
2.2.1 Pengertian Personal Branding.....	14
2.2.2 Indikator Personal Branding	16
2.2.3 Manfaat Personal Branding	17
2.3 Pengembangan Karier	18
2.3.1 Pengertian Pengembangan Karier.....	18

2.3.2 Indikator Pengembangan Karier	20
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	21
2.5 Kerangka Alur Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2 Informan Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Definisi Operasional.....	32
3.5 Teknik Analisis Data	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum.....	37
4.2 Karakteristik Informan.....	38
4.3 Analisis Data Penelitian.....	40
4.4 Pembahasan.....	166
4.4.1 Strategi <i>Personal Branding</i> yang Dibangun Oleh <i>Conten Creator</i> @marcelinusaldo Di Tiktok.....	166
4.4.2 Peran Konten Tiktok @marcelinusaldo Dalam Mendukung Kebutuhan Pengembangan Karier <i>Followers</i> -Nya.....	168
BAB V PENUTUP.....	172
5.1 Kesimpulan.....	172
5.2 Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA.....	174
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak Di Dunia (Obtober 2023).....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	39
Tabel 4.2 Tabel Hasil Reduksi Data Media Sosial Tiktok.....	40
Tabel 4.3 Tabel Hasil Reduksi Data Personal Branding.....	76
Tabel 4.4 Tabel Hasil Reduksi Data Pengembangan Karier.....	123

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Akun Tiktok @marcelinusaldo.....	6
1.2 Potongan Salah Satu Komentar <i>Followers</i>	6

DAFTAR BAGAN

	Halaman
2.1 Kerangka Alur Pikir.....	29