

SKRIPSI

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z
DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA
MEDIA SOSIAL TIKTOK**



Diajukan oleh :

NABILATUL LEILA IHSANI PUTRI

NIM : 2021020009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2025

SKRIPSI

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z
DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Disusun guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan oleh :

NABILATUL LEILA IHSANI PUTRI

NIM : 2021020009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK**

GRESIK

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

SKRIPSI

Diajukan oleh:

NABILATUL LEILA IHSANI PUTRI

NIM : 2021020009

Skripsi telah disetujui untuk diujikan Pada Tanggal

04 Juli 2025

Oleh:

Pembimbing I



Umar Burhan, S.E., M.M

NIDN 0718058006

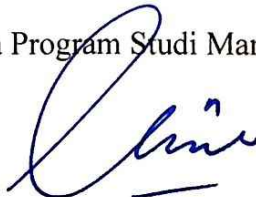
Pembimbing II



Dr. Suharto, M.M

NIDN 8907170023

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, S.E., M.M

NIDN 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal : Strategi *Personal Branding* Generasi Z dalam
Pengembangan Karir pada Media Sosial TikTok

Nama Mahasiswa : Nabilatul Leila Ihsani Putri

NIM : 2021020009

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : 04 Juli 2025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2024/2025

1. **Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP**
NIDN. -
Ketua Penguji

1.....

2. **Rachmad Ilham, S.Ant., M. PSDM, HC**
NIDN. 0723079203
Anggota I

2.....

3. **Umar Burhan, S.E., M.M**
NIDN. 0718058006
Anggota II

3.....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM, HC
NIDN. 0723079203

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabilatul Leila Ihsani Putri

NIM : 2021020009

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Judul Skripsi : STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z DALAM
PENGEMBANGAN KARIR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 14 JULI 2025

Yang Menyatakan,



Nabilatul Leila Ihsani Putri
NIM. 2021020009

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Nabilatul Leila Ihsani Putri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *personal branding* yang diterapkan oleh generasi Z dalam pengembangan karir pada media sosial TikTok, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. TikTok merupakan platform media sosial yang sedang populer di kalangan generasi Z dan berpotensi besar dalam menciptakan citra diri secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian melibatkan dua kreator TikTok asal Gresik, yaitu @Shelmadess dan @Capslock_ed. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis menggunakan metode Miles dan Huberman dan divalidasi melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal branding* yang konsisten dan terstruktur dari kedua kreator mencerminkan *eight laws of personal branding* Peter Montoya, dengan analisis SWOT *personal branding* di TikTok terbukti tidak hanya membangun citra diri digital melainkan bisa menjadi usaha untuk pengembangan karir berkelanjutan. Keterlibatan audiens, adanya peluang kerjasama, serta pembentukan citra diri yang positif dan profesional menjadi faktor keberhasilan *personal branding* dengan konsistensi konten, relatable, dan kredibel.

Kata Kunci : *Personal branding*, Generasi Z, TikTok, Pengembangan karir

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Nabilatul Leila Ihsani Putri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRACT

This study aims to analyze the personal branding strategy applied by generation Z in career development on TikTok social media, as well as the factors that influence its success. TikTok is a social media platform that is currently popular among generation Z and has great potential in creating a digital self-image. This research uses a qualitative approach with a case study method. The research subjects involved two TikTok creators from Gresik, namely @Shelmadess and @Capslock_ed. Data collection techniques were carried out through interviews, observation, and documentation which were then analyzed using the Miles and Huberman method and validated through source and method triangulation. The results showed that the consistent and structured personal branding strategies of the two creators reflect Peter Montoya's eight laws of personal branding, with a SWOT analysis of personal branding at TikTok proving not only to build a digital self-image but can be an effort for sustainable career development. Audience involvement, opportunities for cooperation, and the formation of a positive and professional self-image are factors in the success of personal branding with content consistency, relatable, and credible.

Keywords: *Personal branding, Generation Z, TikTok, Career development*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan bimbinganNya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI *PERSONAL BRANDING* GENERASI Z DALAM PENGEMBANGAN KARIR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK”** dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada :

1. Dr.dr.Riski Dwi Prameswari, M.Kes. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Rachmad Ilham, S.Ant, M.PSDM, HC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada kami untuk menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen.
3. Umar Burhan, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen dan Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen.
4. Dr. Suharto, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, serta pengarahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta staff pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada kedua orang tua dan saudara peneliti yang senantiasa mendo'akan dan memberikan motivasi baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Kepada teman-teman seperjuangan di kelas manajemen yang telah memberikan semangat kepada peneliti baik selama perkuliahan berlangsung maupun masa penulisan skripsi ini.
8. Kepada seluruh informan penelitian ini yang telah bersedia dan memberikan informasi dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu yang telah berkontribusi dalam memberikan semangat dan dukungan mental sehingga skripsi ini selesai dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi pendidikan serta dapat dikembangkan lebih lanjut. Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Gresik, 14 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN ORISINILITAS	V
ABSTRAK.....	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV

BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Strategi.....	8
2.1.2 Konsep <i>Personal branding</i>	9
2.1.3 TikTok Sebagai Platform Media Sosial	13
2.1.4 Definisi Generasi Z	15
2.1.5 Implikasi <i>Personal branding</i> pada Karir dan Bisnis	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pikir	26

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Fokus dan Dimensi Penelitian.....	30
3.3 Lokasi Penelitian	30
3.4 Waktu Penelitian	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7 Metode Analisis Data	34
3.8 Metode Validitas Data	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Tiktok.....	37
4.1.2 Profil Subjek Penelitian.....	43
4.2 Waktu Penelitian	48
4.3 Hasil penelitian.....	48
4.3.1 Strategi <i>personal branding</i> dan dampaknya pada pengembangan karir	48
4.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan <i>personal branding</i> generasi Z pada akun TikTok.....	56
4.4 Pembahasan hasil penelitian	60
4.4.1 Analisa strategi <i>personal branding</i> yang diterapkan generasi Z di TikTok dalam dampaknya pada pengembangan karir	61
4.4.2 Analisa faktor-faktor kesuksesan <i>personal branding</i> pada akun TikTok generasi Z	79
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Analisis SWOT	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 3.1 Teknik Validitas Data Triangulasi Sumber.....	36
Gambar 3.2 Teknik Validitas Data Triangulasi Metode atau Teknik	36
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	37
Gambar 4. 2 Profil TikTok @Awchelllll 2024	44
Gambar 4. 3 Konten pertama akun TikTok @Awchelllll /@Shelmadess	45
Gambar 4. 4 Profil @Awchelllll menjadi @Shelmadess	46
Gambar 4. 5 Profil TikTok @Capslock_ed 2024	47
Gambar 4. 6 Profil TikTok @Capslock_ed 2025	48
Gambar 4. 7 Konten Spesialisasi.....	62
Gambar 4. 8 Dampak Pengembangan Karir.....	64
Gambar 4. 9 Konten Kepemimpinan	65
Gambar 4.10 Konten Kepribadian.....	67
Gambar 4.11 Konten Perbedaan	69
Gambar 4.12 Konten Terlihat	71
Gambar 4.13 Reputasi Baik.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Ijin Penelitian

LAMPIRAN 3 : Surat Balasan Ijin Penelitian

LAMPIRAN 4 : Pedoman Wawancara Penelitian

LAMPIRAN 5 : Transkrip Hasil Wawancara Penelitian

LAMPIRAN 6 : Dokumentasi Penelitian

LAMPIRAN 7 : Hasil Cek Plagiarism