UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DISONANSI IDENTITAS DAVINA KARAMOY SEBAGAI KARAKTER FIKSI DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PASCA FILM IPAR ADALAH MAUT
Salma Adji Safitri, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

ABSTRAK **6**
ABSTRACT **7**
DAFTAR ISI **8**
DAFTAR TABEL **10**
DAFTAR GAMBAR **11**
DAFTAR LAMPIRAN **12**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kebaruan Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
A. *Personal Branding* dan Konsep Pembentukannya 10
B. TikTok Sebagai Media *Personal Branding* 14
C. Teori Disonansi Kognitif dan Disonansi Identitas 16
D. Persepsi 19
E. Karakterisasi Tokoh Sebagai Dasar Pembacaan Identitas Peran 23
F. Kerangka Konsep 27
G. Definisi Operasional 29
H. Operasionalisasi Konsep 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **36**
A. Paradigma Penelitian 36
B. Pendekatan Penelitian 36
C. Jenis Penelitian 37
D. Metode Penelitian 37
E. Teknik Pengumpulan Data 38
F. Teknik Analisis Data 41
G. Keabsahan Data 47
H. Limitasi Penelitian 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **50**
A. TikTok sebagai Ruang Pembentukan *Personal Branding* Davina Karamoy .. 50
B. Identitas Davina Karamoy sebagai Figur Publik melalui *Personal Branding* di TikTok Pasca Film *Ipar Adalah Maut* 52
C. Karakter Rani dalam Film *Ipar Adalah Maut* sebagai Identitas Fiksional

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DISONANSI IDENTITAS DAVINA KARAMOY SEBAGAI KARAKTER FIKSI DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PASCA FILM IPAR ADALAH MAUT
Salma Adji Safitri, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Davina Karamoy..... 97
D. Pertemuan Identitas Figur Publik dan Karakter Fiksi dalam Persepsi Audiens terhadap Davina Karamoy..... 103
E. Celah Pengetahuan Audiens terhadap Identitas Davina sebagai Figur Publik dan Karakter Fiksi..... 114
F. Implikasi Identitas Rani terhadap Efektivitas *Personal Branding* Davina Karamoy sebagai Figur Publik di TikTok..... 118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 121
A. Kesimpulan.....121
B. Saran..... 123
DAFTAR PUSTAKA.....125
LAMPIRAN.....130

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DISONANSI IDENTITAS DAVINA KARAMOY SEBAGAI KARAKTER FIKSI DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PASCA FILM IPAR ADALAH MAUT
Salma Adji Safitri, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....9
Tabel 2.2 Operasionalisasi Konsep *Personal Branding*.....33
Tabel 2.3 Operasionalisasi Konsep Persepsi.....36
Tabel 3.1 Tabel Gambaran Umum Video yang diteliti.....42

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DISONANSI IDENTITAS DAVINA KARAMOY SEBAGAI KARAKTER FIKSI DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PASCA FILM IPAR ADALAH MAUT
Salma Adji Safitri, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep..... 29
Gambar 4.1 Akun TikTok @davinakaramoy..... 50
Gambar 4.2 Konten TikTok 16 Juni 2024..... 56
Gambar 4.3 Konten TikTok 7 Agustus 2024..... 57
Gambar 4.4 Konten TikTok 4 September 2024..... 58
Gambar 4.5 Konten TikTok 10 Juli 2024..... 59
Gambar 4.6 Konten TikTok 10 Juli 2024..... 61
Gambar 4.8 Konten TikTok 22 Juli 2024..... 63
Gambar 4.10 Konten TikTok 20 Juni 2024..... 66
Gambar 4.11 Konten TikTok 5 September 2024..... 67
Gambar 4.13 Konten TikTok 18 Agustus 2024..... 73
Gambar 4.14 Konten TikTok 28 Juni 2024..... 75
Gambar 4.15 Konten TikTok 8 Juli 2024..... 77
Gambar 4.16 Konten TikTok 24 Juni 2024..... 78
Gambar 4.17 Konten TikTok 15 Juni 2024..... 79
Gambar 4.18 Konten TikTok 15 Juni 2024..... 81
Gambar 4.19 Konten TikTok 1 Agustus 2024..... 82
Gambar 4.22 Konten TikTok 17 Juli 2024..... 84
Gambar 4.23 Konten TikTok 27 Juni 2024..... 87
Gambar 4.26 Konten TikTok 21 Juli 2024..... 91
Gambar 4.27 Komentar konten TikTok..... 104
Gambar 4.28 Komentar konten TikTok..... 105
Gambar 4.29 Komentar konten TikTok..... 107
Gambar 4.31 Komentar konten TikTok..... 109
Gambar 4.32 Komentar konten TikTok..... 109
Gambar 4.33 Komentar konten TikTok..... 110
Gambar 4.34 Komentar konten TikTok..... 111

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
DISONANSI IDENTITAS DAVINA KARAMOY SEBAGAI KARAKTER FIKSI DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PASCA FILM IPAR ADALAH MAUT
Salma Adji Safitri, Dr. Mufti Nurlatifah, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 5.1 *Coding Sheet* 8 Hukum *Personal Branding*..... 130
Lampiran 5.2 *Coding Sheet* Komentar Akun TikTok @davinakaramoy yang Menunjukkan Persepsi Audiens..... 139