

**REPRESENTASI *PERSONAL BRANDING* PADA
KONTEN INSTAGRAM DIARY CEWEK INDIGO
DITINJAU DARI *SITE OF IMAGE ITSELF***

TUGAS AKHIR SKRIPSI
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



Oleh:
STEFANY
NIM. 211511012

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2025**

PENGESAHAN
TUGAS AKHIR SKRIPSI
REPRESENTASI *PERSONAL BRANDING* PADA
KONTEN INSTAGRAM DIARY CEWEK INDIGO
DITINJAU DARI *SITE OF IMAGE ITSELF*

Oleh:
STEFANY
NIM. 211511012

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji

Pada tanggal 24 Februari 2025

Tim penguji

Ketua Penguji : Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn.
Penguji Bidang : Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn.
Pembimbing : Hening Laksani, M.Pd.



Skripsi ini telah diterima sebagai
Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta 5 Maret 2025
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosnita, S.Pd., M.Hum
NIP. 19770531 200501 2002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stefany

NIM : 211511012

menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Skripsi/~~Kelompokan~~) berjudul **Representasi *Personal Branding* Pada Konten Instagram Diary Cewek Indigo Ditinjau Dari *Site Of Image Itself*** adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis. Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 5 Maret 2025

Yang menyatakan,



Stefany

NIM. 211511012

MOTTO

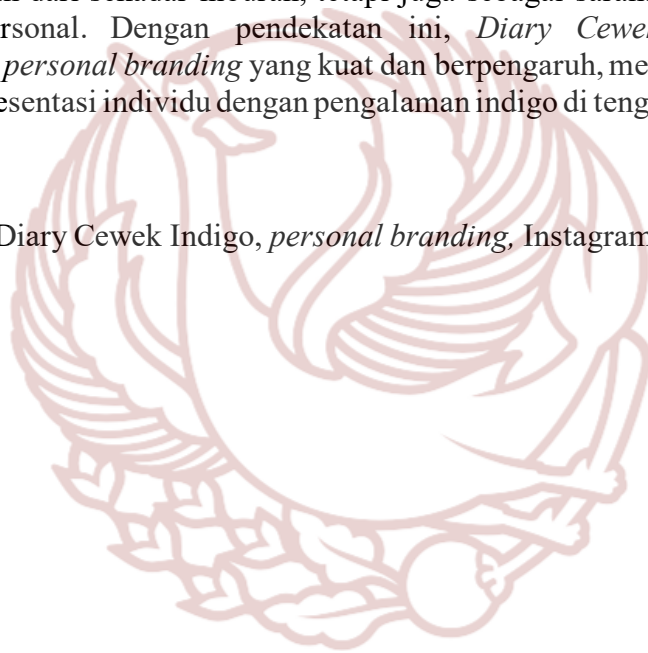
*“Que sera, sera
Whatever will be, will be
The future's not ours to see
Que sera, sera”*
- Doris Day-



ABSTRAK

Fenomena indigo yang berkembang di media sosial mendorong kreator untuk membangun identitas visual yang kuat agar dapat dikenali audiens. *Diary Cewek Indigo* menonjol melalui konsistensi elemen visual yang tidak hanya membentuk estetika tetapi juga merepresentasikan *personal branding* sang kreator. Komposisi visual yang khas, seperti dominasi warna biru, tekstur cat air, tipografi yang ekspresif, serta ilustrasi yang emosional, menjadi ciri utama yang memperkuat citra dirinya di media sosial. Analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan *site of image itself* dari Gillian Rose menunjukkan bahwa elemen visual dalam *Diary Cewek Indigo* berperan sebagai medium utama dalam membangun identitas yang autentik dan mudah dikenali. Selain itu, konsistensi narasi dan visual menciptakan keterhubungan emosional dengan audiens, memungkinkan kontennya menjadi lebih dari sekadar hiburan, tetapi juga sebagai sarana refleksi batin dan ekspresi personal. Dengan pendekatan ini, *Diary Cewek Indigo* berhasil membangun *personal branding* yang kuat dan berpengaruh, memperkuat posisinya sebagai representasi individu dengan pengalaman indigo di tengah stigma yang ada.

Kata kunci: Diary Cewek Indigo, *personal branding*, Instagram, *site of image itself*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul *"Representasi Personal Branding pada Konten Instagram Diary Cewek Indigo Ditinjau dari Site of Image Itself."* Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S-1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, baik secara materiel maupun non-materiel, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.I Nyoman Sukerna, S.Kar., M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Surakarta.
2. Ibu Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta.
3. Bapak Rendya Adi Kurniawan, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Surakarta.
4. Ibu Hening Laksanai, M.Pd., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi yang berharga dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual ISI Surakarta, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta bekal akademik yang sangat bermanfaat bagi penulis hingga mencapai tahap ini.
6. Ayah, ibu, dan adik tercinta, yang selalu memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk doa, semangat, maupun dukungan materiel dan non-materiel selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Desain Komunikasi Visual, khususnya Wiwit Januatri Wiyono Putri, Sri Sukma, Erlyana Zuar Dini, serta Nanda Kartika Putri, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun agar karya ini dapat lebih bermanfaat dalam pengembangan ilmu di bidang Desain Komunikasi Visual.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi yang berguna dalam kajian Desain Komunikasi Visual. Terima kasih.

Surakarta, 4 Februari 2025

Penulis

Stefany

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Landasan Teori	12
G. Metode Penelitian.....	37
Objek Penelitian.....	38
Sumber Data.....	39
Teknik Pengumpulan Data	40
Analisis Data	42
H. Sistematika Penulisan.....	46
BAB II IDENTIFIKASI DATA.....	47

A. Deskripsi <i>Diary</i> Cewek <i>Indigo</i>	47
B. Sejarah <i>Diary</i> Cewek <i>Indigo</i>	48
C. Konten <i>Diary</i> Cewek <i>Indigo</i>	49
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Konten Instagram <i>Diary</i> Cewek <i>Indigo</i> dengan Teori Metodologi Visual “ <i>Site of Image Itself</i> ” (Gillian Rose, 2016).....	55
1. Efek Visual	55
2. Komposisi	60
3. Makna Visual.....	71
B. Pembahasan Representasi <i>Personal Branding</i> Konten Instagram <i>Diary</i> Cewek <i>Indigo</i> dengan Teori Metodologi Visual “ <i>Site of Image Itself</i> ”	76
1. Efek Visual	76
2. Komposisi.....	78
3. Makna Visual.....	80
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Sosial Media dan Internet di Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Perbandingan Feed Instagram ketiga Akun Topik Indigo	4
Gambar 1. 3 Teori Metodologi Visual Gillian Rose.....	20
Gambar 1. 4 Contoh <i>Hue</i>	24
Gambar 1. 5 Contoh <i>Saturation</i>	24
Gambar 1. 6 Contoh <i>Value</i>	25
Gambar 1. 7 Contoh Gambar Ilustrasi Naturalis.....	29
Gambar 1. 8 Contoh Gambar Ilustrasi Dekoratif.....	30
Gambar 1. 9 Contoh Gambar Kartun	30
Gambar 1. 10 Contoh Gambar Karikatur.....	31
Gambar 1. 11 Contoh Cerita Bergambar.....	31
Gambar 1. 12 Contoh Ilustrasi Buku Pelajaran.....	32
Gambar 1. 13 Contoh Ilustrasi Khayalan.....	32
Gambar 1. 14 Contoh Jenis Tulisan Block.....	33
Gambar 1. 15 Contoh Jenis Tulisan Roman.....	33
Gambar 1. 16 Contoh Jenis Tulisan Sans Serif.....	34
Gambar 1. 17 Contoh Jenis Tulisan Script.....	34
Gambar 2. 1 Komik strip Diary Cewek Indigo	50
Gambar 2. 2 Konten Do You See What I See	51
Gambar 2. 3 Konten They Whom I Met	52
Gambar 2. 4 Konten They Whom I Met	52
Gambar 2. 5 Postingan pertama Konten Update Energy	53
Gambar 2. 6 Postingan kedua Konten Update Energy.....	53

Gambar 2. 7 Postingan ketiga Konten Update Energy.....	54
Gambar 3. 1 Proses Pembuatan Konten Diary Cewek Indigo	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Rekapitulasi Tinjauan Pustaka.....	11
Tabel 1. 2 Objek Penelitian.....	38
Tabel 3. 1 Analisis Efek Visual Konten Diary Cewek Indigo.....	55
Tabel 3. 2 Analisis Konten Pada Interpretasi Komposisi.....	60
Tabel 3. 3 Analisis Warna Pada Interpretasi Komposisi.....	63
Tabel 3. 4 Analisis Konten Ekspresif Pada Interpretasi Komposisi.....	66
Tabel 3. 5 Analisis Konten Ekspresif Pada Interpretasi Komposisi.....	68
Tabel 3. 6 Analisis Mode pada Makna Visual.....	71



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Model Analisis Interaktif	43
Bagan 1. 2 Model Alur Penelitian.....	45



DAFTAR PUSTAKA

- Adewunmi, O. (2024). The Personal branding Phenomenon : Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah. *Iconic Research and Engineering Journal*, 8(6), 956–966.
<http://digital.bnpmedia.com/article/Leadership+%26+Management/1850122/0/article.html>
- Agnes, T. (2020a). *Cerita Diary Cewek Indigo Lukis Sosok Mitos Raja Elf hingga Penguasa Lautan*. DetikHot. <https://hot.detik.com/spotlight/d-5230418/cerita-diary-cewek-indigo-lukis-sosok-mitos-raja-elf-hingga-penguasa-lautan>
- Agnes, T. (2020b). *Diary Cewek Indigo, Catatan Indigo Dewasa Gambar Sosok Tak Kasat Mata*. Detikhot. <https://hot.detik.com/spotlight/d-5230216/diary-cewek-indigo-catatan-indigo-dewasa-gambar-sosok-tak-kasat-mata>
- Alit, A. A. G., & Yudarta, I. G. (2020). Kajian Elemen-elemen Visual Tampilan Akun Instagram Anddana . co. *Prabangkara*, 24, 35–40.
- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. A. I. P. (2020). Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad). *Representamen*, 6(01).
<https://doi.org/10.30996/representamen.v6i01.3519>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Basics Design 03: Typography*. AVA.
- Aripai, R., & Hayat, N. (2024). *Analisis Semiotika Terhadap Penggunaan Meme*

Tikus Berkepala Puan Maharani. 1–7.

bbc. (2023). “Banyak yang lebih memilih dibilang indigo daripada sakit jiwa.”

Bbc News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cg3l9rgxpp2o>

Butar Butar, C. R., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding

Selebgram Non Selebriti. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan*

Masyarakat, 2(2), 86. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029>

Creswell. JW. (2010). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan

Mixed. In *Pustaka Pelajar*.

Dr. Abdul Fattah Nasution, M. P. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista*

Brasileira de Linguística Aplicada (Vol. 5, Issue 1).

Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi,*

Televisi, & Media Baru, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>

Hakim, A., & Febriana, P. (2023). Analisis Visual Personal Branding Sisca Kohl

di Instragram. *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 204–215.

<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.10116>

Hall, S. (2020). The Work to Representation. *Concrete Human Psychology*, 157–

176. <https://doi.org/10.4324/9781315680026-18>

Hasian, I. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram

Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta*.

<https://doi.org/https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>

hyperauditor. (n.d.). *Diary Cewek Indigo*. Hyperauditor. Retrieved April 29, 2024,

from <https://app.hypeauditor.com/my->

network/influencer/5548942/analytics/instagram/diarycewekindigo

Irfan, A. (2022). *50+ Contoh Lukisan Realisme Terbaru*.

Kamaetoe, H. A. (2016). Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Seorang Indigo Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 3(2), 1–13.

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9735>

Kertamukti, R. (2015). Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 08(01), 57–66.

Kusuma, M. R. P., Wahyudi, L., & Arifianto, P. F. (2023). Kajian Sosiologi Desain Postingan Instagram Jokowi Versi Ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri. *ASKARA: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 25–40.

<https://doi.org/10.20895/askara.v2i1.1116>

Landa, R. (2010). *Graphic Design Solutions*.

Larastri, A. R., & Sinduwiatmo, K. (2024). Membangun Merek Pribadi Sunny Dahye di Saluran YouTube-nya. *Journal of Technology and System Information*, 1(3), 16. <https://doi.org/10.47134/jtsi.v1i3.2520>

Lee Carroll, & Tober, J. (1999). *The Indigo Children: The New Kids Have Arrived*. Hay House.
https://books.google.co.id/books?id=NyURRsURUMAC&source=gbs_navlinks_s

Manik, C. K. (2024). *Pengaruh Instagram Terhadap Pembentukan Opini Publik Film Dokumenter Ice Cold Jessica Wong di Kalangan Mahasiswa*

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Peter Montoya Incorporated.

Muchlisin Riadi. (2020). *Anak Indigo (Pengertian, Karakteristik, Jenis, Permasalahan dan Cara Pengasuhan)*. KAJIANPUSTAKA.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/06/anak-indigo.html>

Noviyanti, N. I. (2020). Instagram Social Media As Guidance And Counseling Media Based On Technology. *International Journal of Applied Guidance and Counseling*, 1(1), 16–19. <https://doi.org/10.26486/ijagc.v1i1.1045>

Patron, E. C. P., & Mohktar, M. (2022). The Advantage and Disadvantages of Manual and Digital Drawing in Today's Institutions. *EAI*, 1–13.
<https://doi.org/10.4108/eai.24-8-2021.2315034>

Pramestiningrum, A. R., & Sadono, T. P. (2022). Komunikasi Visual: Feeds Instagram @Yurezalina Dalam Membangun Self-Image. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(03), 1–23.

Pramudja, M. R. (2022). Pengaruh jenis konten dalam menarik pelanggan. *Reseachgate*, 4.

Pravitasari, I. S. (2023). Tinjauan Ilustrasi Pada Desain Kemasan “Teh Tjap Gardoe” Ditinjau dari Elemen Visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(01), 1. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v7i01.902>

Richmond, T. (2011). *MAD Art of Caricatures*. deadline demon.

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with*

Visual Materials (R. Rojek (ed.); 4th editio). SAGE.

Rustan, S. (2017). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.

Social Blade. (2024). *Diary Cewek Indigo's Instagram Stats Summary Profile*.

Social Blade.

<https://socialblade.com/instagram/user/diarycewekindigo/monthly>

Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Neliti*, 5(2)(9), 561–570.

Solutions, O. (2023). *Apa Itu Konten? Kenali Pengertian dan Jenis-jenisnya*.

Onero,Id. <https://onero.id/insight/detail/apa-itu-konten-kenali-pengertian-dan-jenis-jenisnya/#:~:text=Konten edukasi adalah jenis konten yang berfokus pada,yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman tentang topik tertentu.>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Toruan, E., & Moriand, A. (2018). *Diary Cewek Indigo: Tempat Curhat Para Indigo*. Millennial. <https://kumparan.com/millennial/diary-cewek-indigo-tempat-curhat-para-indigo-21dM5TYctg/full>

Tri Yuniwati Lestari. (2021). *Mengenal Fakta Medis di Balik Istilah Anak Indigo*. KLIKDOKTER. <https://www.klikdokter.com/ibu-anak/kesehatan-anak/mengenal-fakta-medis-di-balik-istilah-anak-indigo>

University, S. (2022). *Teknik Purposive Sampling: Definisi, Tujuan dan Syarat*. Sampoerna University. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/purposive-sampling-adalah/#:~:text=Purposive sampling adalah teknik pengambilan>

sampel dengan cara,sendiri terhadap sampel di antara populasi yang dipilih.

we are social. (2024). *DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Zen, L. (2024). Menggabungkan Kreativitas dalam Berkarya Seni Manual dan Digital. In *GBSRI*. Galeri Baraya Seni Rua Indonesia. <https://gbsri.com/menggabungkan-kreativitas-dalam-berkarya-seni-manual-dan-digital/>

Zuhriah, Z., & Muhammad, H. (2018). *Makna Warna Dalam Tradisi Budaya ; Studi Kontrastif Antara Budaya Indonesia dan Budaya Asing*.

Sumber Internet:

Agnes, T. (2020a). *Cerita Diary Cewek Indigo Lukis Sosok Mitos Raja Elf hingga Penguasa Lautan*. DetikHot. <https://hot.detik.com/spotlight/d-5230418/cerita-diary-cewek-indigo-lukis-sosok-mitos-raja-elf-hingga-penguasa-lautan>

Agnes, T. (2020b). *Diary Cewek Indigo, Catatan Indigo Dewasa Gambar Sosok Tak Kasat Mata*. Detikhot. <https://hot.detik.com/spotlight/d-5230216/diary-cewek-indigo-catatan-indigo-dewasa-gambar-sosok-tak-kasat-mata>

BBC. (2023). *“Banyak yang lebih memilih dibanding indigo daripada sakit jiwa.”* Bbc News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cg3l9rgxpp2o>

Hyperauditor. (n.d.). *Diary Cewek Indigo*. Hyperauditor. Retrieved April 29, 2024, from <https://app.hypeauditor.com/my-network/influencer/5548942/analytics/instagram/diarycewekindigo>

KBBI. (n.d.). *KBBI Daring*. Kbbi.Kemdikbud.Go.Id. Retrieved October 27, 2024, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/indigo>

Muchlisin Riadi. (2020). *Anak Indigo (Pengertian, Karakteristik, Jenis, Permasalahan dan Cara Pengasuhan)*. KAJIANPUSTAKA. <https://www.kajianpustaka.com/2020/06/anak-indigo.html>

Social Blade. (2024). *Diary Cewek Indigo's Instagram Stats Summary Profile*. Social Blade. <https://socialblade.com/instagram/user/diarycewekindigo/monthly>

Tri Yuniwati Lestari. (2021). *Mengenal Fakta Medis di Balik Istilah Anak Indigo*. KLIKDOKTER. <https://www.klikdokter.com/ibu-anak/kesehatan-anak/mengenal-fakta-medis-di-balik-istilah-anak-indigo>

University, S. (2022). *Teknik Purposive Sampling: Definisi, Tujuan dan Syarat*. Sampoerna University. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/purposive-sampling-adalah/#:~:text=Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara,sendiri terhadap sampel di antara populasi yang dipilih.>

we are social. (2024). *DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Zen, L. (2024). Menggabungkan Kreativitas dalam Berkarya Seni Manual dan Digital. In *GBSRI*. Galeri Baraya Seni Rua Indonesia. <https://gbsri.com/menggabungkan-kreativitas-dalam-berkarya-seni-manual-dan-digital/>

