

NOMOR SKRIPSI
7796/KOM-D/SD-S1/2026

**PERSONAL BRANDING BUJANG DARA SIAK DALAM
MELESTARIKAN NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL
MELAYU RIAU DI INSTAGRAM**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu (S1)

OLEH :

FINI ELFIONI AZIZI

NIM.12240324284

**PROGRAM STRATA 1 (S1)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2026 M/1447 H**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fini Elfioni Azizi
 NIM : 12240324284
 Judul : Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Mensosialisasikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau Di Instagram

Telah Dimunqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pada:

Hari : Senin
 Tanggal : 9 Maret 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Maret 2026

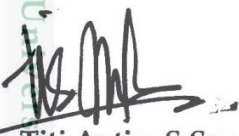


Dekan,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
 NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

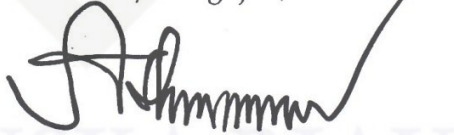
Ketua/ Penguji I,


 Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si
 NIP. 19700301 199903 2 002


Penguji III,


 Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
 NIP. 19810914 202321 2 019

Sekretaris/ Penguji II,


 Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
 NIP. 19691118 199603 2 001

Penguji IV,


 Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
 NIP. 19810816 202321 1 012

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dianggap mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 3. Dianggap tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 4. Dianggap mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PERSONAL BRANDING BUJANG DARA SIAK DALAM MENSOSIALISASIKAN NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL MELAYU RIAU DI INSTAGRAM

Hak cipta milik UIN Suska Riau

ak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Disusun oleh :

Fini Elfioni Azizi
NIM. 12240324284

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 3 Maret 2026

Mengetahui,
Pembimbing,

Dr. Mardhiah Rubani M. S.I
NIP. 19790302 200701 2 023

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fini Elfioni Azizi
 NIM : 12240324284
 Judul : Eksistensi Bujang Dara dalam Mensosialisasikan Nilai Nilai Kearifan Lokal Melalui Instagram

Telah Diseminarkan Pada:
 Hari : Selasa
 Tanggal : 1 Juli 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 1 Juli 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Intan Kemala, S.Sos, M.Si
 NIP. 19810612 200801 2 017

Penguji II,

Rusyda Fauzana, S.S., M.Si
 NIP. 19840504 201903 2 011

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Pekanbaru, 3 Maret 2026

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di-
 Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Fini Elfioni Azizi
 NIM : 12240324284
 Judul Skripsi : Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Mensosialisasikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau di Instagram

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
 Dosen Pembimbing,

Dr. Mardhiah Rubani M. S.I
 NIP. 19790302 200701 2 023

Mengetahui
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Cipta dan rangkai ulang atau selesaikan karya tulis ini dengan menyebutkan sumber:
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi undang-undang
 UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



ABSTRAK

Nama : Fini Elfioni Azizi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau di Instagram

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, membuka ruang baru dalam komunikasi budaya dan pembentukan citra diri. Bujang Dara Siak sebagai duta budaya Kabupaten Siak memiliki peran strategis dalam Melestarikan kearifan lokal Melayu Riau kepada generasi muda. Penelitian ini bertujuan menganalisis personal branding Bujang Dara Siak melalui Instagram dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode netnografi. Data diperoleh melalui observasi Instagram, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori personal branding Montoya yang meliputi Spesialisasi (*Specilization*), Kepemimpinan (*Leadership*), Kepribadian (*Personality*), Diferensiasi (*Distintiveness*), Visibilitas (*Visibility*), Kesatuan (*Unity*), Keteguhan (*Persistence*), dan Nama Baik (*Goodwill*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bujang Dara Siak membangun citra budaya melalui penggunaan simbol-simbol budaya melayu seperti tanjak, songket, dan unsur identitas kesultanan siak, serta penggunaan busana adat melayu dalam berbagai unggahan kegiatan resmi maupun budaya. Selain itu, mereka juga menyampaikan narasi lokal melalui caption yang berisi pesan edukatif mengenai nilai-nilai melayu seperti kesopanan, religiusitas, adat istiadat, serta kebanggaan terhadap identitas daerah. Penyampaian konten budaya tersebut dilakukan secara konsisten melalui unggahan foto, vidio, dan story. Pemanfaatan Instagram sebagai media visual meningkatkan visibilitas mereka sebagai figur budaya.

Kata kunci: personal branding, Bujang Dara Siak, kearifan lokal Melayu Riau, Instagram.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Nama : Fini Elfioni Azizi
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau di Instagram

The development of social media, particularly Instagram, has created new opportunities for cultural communication and self-image construction. Bujang Dara Siak, as cultural ambassadors of Siak Regency, play a strategic role in preserving Malay local wisdom of Riau for the younger generation. This study aims to analyze the personal branding of Bujang Dara Siak through Instagram using a qualitative approach with a netnography method. Data were collected through Instagram observation, interviews, and documentation, and analyzed using Peter Montoya's personal branding theory, which includes Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility, Unity, Persistence, and Goodwill. The results show that Bujang Dara Siak build a cultural image through the use of Malay cultural symbols such as *tanjak*, *songket*, and elements of the Siak Sultanate identity, as well as the use of traditional Malay attire in various posts related to official and cultural activities. In addition, they convey local narratives through captions containing educational messages about Malay values such as politeness, religiosity, customs, and pride in regional identity. The delivery of cultural content is carried out consistently through photo, video, and story uploads. The use of Instagram as a visual medium increases their visibility as cultural figures.

Keywords: personal branding, Bujang Dara Siak, kearifan lokal Melayu Riau, Instagram.

خلاصة

Nama : Fini Elfioni Azizi
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau di Instagram

يشهد تطوّر وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصة إنستغرام، فتح آفاق جديدة في مجال الاتصال الثقافي وبناء الصورة الذاتية. ويؤدي بوجانغ دارا سيك، بوصفهم سفراء الثقافة في مقاطعة سيك، دورًا استراتيجيًا في الحفاظ على الحكمة المحلية الملايوية في رياو ونقلها إلى جيل الشباب. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل بناء العلامة الشخصية (Personal Branding) لدى بوجانغ دارا سيك عبر إنستغرام باستخدام المنهج النوعي من خلال أسلوب الإثنوغرافيا الرقمية (النتوغرافيا). (تم جمع البيانات من خلال الملاحظة على إنستغرام، والمقابلات، والتوثيق، ثم تم تحليلها بالاعتماد على نظرية بيتر مونتويا في العلامة الشخصية التي تشمل: التخصص (Specialization)، القيادة (Leadership)، الشخصية (Personality)، التميز (Distinctiveness)، الظهور (Visibility)، الانسجام (Unity)، الاستمرارية (Persistence)، وحسن السمعة (Goodwill).

أظهرت نتائج الدراسة أن بوجانغ دارا سيك يبنون صورة ثقافية من خلال استخدام الرموز الثقافية الملايوية مثل التنجاك (tanjak) والسونغكيت (songket) وعناصر هوية سلطنة سيك، إلى جانب ارتداء الأزياء التقليدية الملايوية في مختلف المنشورات المتعلقة بالأنشطة الرسمية والثقافية. بالإضافة إلى ذلك، يقدمون سردًا محليًا عبر التعليقات (caption) التي تتضمن رسائل تعليمية حول القيم الملايوية مثل الأدب، والتدين، والعادات والتقاليد، والاعتزاز بالهوية الإقليمية. ويتم تقديم هذا المحتوى الثقافي بشكل مستمر من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو والقصص (story) ويساهم استخدام إنستغرام كوسيلة بصرية في زيادة ظهورهم كرموز ثقافية.

الكلمات المفتاحية: العلامة الشخصية، بوجانغ دارا سيك، الحكمة المحلية لملايو رياو، إنستغرام.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR

وَبَرَكَاتُهُ اللَّهُ وَرَحْمَةً عَلَيْكُمْ السَّلَامُ

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, Puji dan Syukur penulis ucapkan sebesarbesarnya kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau di Instagram” dengan baik dan tepat waktu sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat serta salam tercurah kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu ‘alaihi Wasallam beserta keluarga dan sahabat Beliau yang membawa umat menuju ridha Allah SWT. Penulisan skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan do’a tiada henti kepada penulis, mendidik, memberikan dukungan, dan memberikan kasih sayang yang luar biasa kepada penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan oleh Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan berbagai pihak yang turut membantu ataupun memberikan semangat kepada penulis. Oleh sebab itu izinkan penulis untuk mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS.,SE.,AK.CA.
2. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan I, Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan II, Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Dr. Musfialdy, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Rusyda Fauzana, S.S, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Dr. Mardhiah Rubani, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, dan juga sudah memberikan waktunya untuk membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

7. Dr. Elfiandri, S. AgM. Si selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama belajar di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Karyawan/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dengan baik dan kemudahan dalam administrasi.
10. Kepada kakak dan adek tercinta suci, ammi dan azzi yang telah banyak membantu, menyemangati dan mendukung penulis selama kuliah hingga saat ini.
11. Kepada teman masa kecil hingga kuliah yang selalu kebersamai penulis dengan segala hal yang telah dilalui Bersama.
12. Kepada teman satu atap dan teman seperjuangan yang selalu menjadi partner penulis dalam setiap kegiatan suka duka. Fitri takbirani (titi), fitri wahyu ningsih (ipit), dan maqfirah azza (pira).
13. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada Teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) cinta damai yang selalu menjadi tempat untuk berkumpul selama masa KKN dan juga sebagai tempat diskusi semua hal tentang perkuliahan.
14. Terima kasih kepada Himpunan Mahasiswa Komunikasi, yang telah memberikan pengalaman dan proses Berkembang selama masa perkuliahan.
15. Terima kasih untuk seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah membantu, memberikan dukungan, dan hal-hal baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Semoga Allah SWT menganggap segala bantuan dan dukungan dari semua pihak sebagai ibadah. Penulis menyadari segala kekurangan dan keterbatasan penulis, skripsi ini belum sempurna, baik isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis menyambut baik masukan berupa kritik dan saran. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menjadi pedoman dan tambahan informasi baik bagi penulis maupun bagi teman-teman pada umumnya. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 2 Januari 2026

Fini Elfioni Azizi
NIM 12240324284



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| ABSTRAK (خلاصة) | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Kajian Terdahulu | 6 |
| B. Landasan Teori | 14 |
| 1. Teori Personal Branding..... | 15 |
| 2. Teori netnografi Robert Kozinets | 18 |
| 3. Bujang Dara..... | 19 |
| 4. Kearifan Lokal..... | 20 |
| 5. Instagram | 21 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Desain Penelitian..... | 23 |
| B. Lokasi Dan Waktu Penelitian | 24 |
| 1. Lokasi Penelitian | 24 |
| 2. Waktu Penelitian..... | 24 |
| C. Sumber Data Penelitian | 25 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| 1. Observasi Partisipatif Online | 26 |
| 2. Informan Penelitian | 27 |
| 3. Dokumentasi Digital | 28 |
| 4. Wawancara | 28 |
| E. Validitas Data | 28 |
| F. Teknik Validitas Data | 29 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Profil Bujang Dara Siak | 31 |
| B. Personal Branding Bujang Dara Siak Di Instagram..... | 35 |
| C. Penyajian Data Penelitian..... | 36 |
| 1. Spealisasi (<i>Specialization</i>)..... | 36 |
| 2. Kepemimpinan (<i>Leadership</i>)..... | 39 |
| 3. Kepribadian (<i>Personality</i>)..... | 41 |
| 4. Diferensiasi (<i>Distinctiveness</i>)..... | 43 |
| 5. Visibilitas (<i>Visibility</i>)..... | 45 |
| 6. Kesatuan (<i>Unity</i>) | 47 |
| 7. Keteguhan (<i>Persistence</i>) | 49 |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|----|
| 8. Nama Baik (<i>Goodwill</i>) | 51 |
| D. Melestarikan Kearifan Lokal Melayu Riau Melalui Instagram | 52 |
| E. Pembahasan | 53 |
| 1. Ringkasan Analisis Delapan Elemen Personal Branding | 57 |
| 2. Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Perspektif Teori Montoya | 57 |
| 3. Instagram Sebagai Media Melestarikan Kearifan Lokal Melayu Riau | 58 |
| 4. Personal Branding Sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Kearifan Lokal | 59 |
| BAB VI PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 60 |
| B. Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN | 65 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 3.1 | Daftar Informan Penelitian..... | 27 |
| Tabel 5.1 | Ringkasan Analisis Delapan Elemen Personal Branding..... | 57 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 4.1 | Akun Instagram Nimatul Auliya | 31 |
| Gambar 4.2 | Akun Instagram Naafia Malia Sari..... | 32 |
| Gambar 4.3 | Akun Instagram Muhammad Farhan..... | 33 |
| Gambar 4.4 | Akun Instagram Rafi Alfansori | 34 |
| Gambar 4.5 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 38 |
| Gambar 4.6 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 40 |
| Gambar 4.7 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 42 |
| Gambar 4.8 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 44 |
| Gambar 4.9 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 46 |
| Gambar 4.10 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 48 |
| Gambar 4.11 | Postingan Akun Instagram Narasumber | 50 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada media berlangsung dengan sangat cepat dan tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi terus mengalami kemajuan setiap harinya, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Di Indonesia, khususnya, terdapat peningkatan signifikan dalam pemanfaatan Media Sosial yang dapat diakses melalui handphone, serta berbagai cara penggunaannya. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia kini menduduki posisi ketiga di dunia dalam hal jumlah pengguna internet terbanyak, setelah China. Media sosial digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia, termasuk mahasiswa, peneliti, pelajar, dan masyarakat umum (Ihendra & Laugu, 2020).

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto, memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menambahkan filter digital, dan membagikannya ke beragam platform media sosial, termasuk yang dimiliki oleh Instagram sendiri. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua sahabat, Kevin Systrom dan Mike Krieger. Banyak pengguna Instagram ingin menampilkan sisi kepribadian mereka melalui platform ini, di mana salah satunya adalah untuk mencapai kebahagiaan dan kepuasan pribadi melalui foto-foto yang mereka unggah. Mengunggah foto di Instagram memberikan kesempatan untuk berekspresi dan memenuhi kepuasan pribadi. Salah satu tujuan utama Instagram adalah sebagai wadah bagi individu yang ingin menunjukkan aktivitas, barang, lokasi, atau diri mereka dalam bentuk gambar. Hal ini menarik jika dihubungkan dengan fenomena eksistensi remaja di Instagram, apakah mereka menggunakan platform ini untuk pamer atau tujuan lainnya (2016, www. Frans. Co. Id) (Mahendra et al., 2017).

Pemilihan Bujang Dara berperan dalam melestarikan budaya Melayu Riau, sebab generasi muda Riau yang ingin ikut audisi pemilihan Bujang Dara untuk Kabupaten atau Kota perlu memahami detail mengenai budaya Melayu. “tingginya antusias generasi muda riau untuk mengikuti ajang pemilihan Bujang Dara di Pekanbaru khususnya dan Kabupaten lain pada umumnya menjadikan pemilihan Bujang Dara sebagai ajang pemilihan yang sangat bergensi, yang ada Diprovinsi Riau” (hasil wawancara dengan ibu zulhernis kasi kesenian dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekan Baru pada tanggal 24 april 2020). Hal ini muncul karena generasi muda Riau sekarang berkeinginan untuk mencapai prestasi di berbagai bidang, baik dalam pendidikan maupun di luar pendidikan, dan mereka ingin menjadi individu yang dapat menginspirasi orang lain dengan cara berpartisipasi aktif dalam pengembangan sektor pariwisata di provinsi Riau. Semua ini menciptakan fenomena dari acara pemilihan Bujang Dara. Untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi Bujang Dara, para finalis yang terpilih harus memenuhi beberapa kriteria dasar yang dikenal dengan 3B, Yaitu *Brain* (Pengetahuan), *Beauty* (Kecantikan), Dan *Behavior* (Perilaku). Kadispariwisata Pekanbaru melalui kabid pembinaan budaya, yusni mengatakan, “ketentuan penilaian diri dari peserta meliputi; attitude, wawasan dan pengetahuan umum, pemerintahan, sejarah kebudayaan, potensi pariwisata, kemampuan berkomunikasi, penampilan, etika dalam berbicara serta publik speaking”. Kriteria inilah yang akan menentukan apakah finalis bisa memenangkan kontes atau tidak. Walaupun berasal dari suku Melayu, Bujang Dara seharusnya bisa berperan sebagai duta wisata baik di tingkat lokal maupun nasional dengan menjalankan tugas-tugasnya secara jujur, cerdas, ramah, bertanggung jawab, dan sopan sehingga dapat menarik perhatian publik (Alberni, n.d.)

Dengan adanya Bujang Dara pada suatu daerah akan mempermudah dalam mempromosikan daerah tersebut. Kerena dengan melakukan promosi akan membuat para wisatawan akan lebih mudah untuk mengetahui objek-objek wisata yang ada didaerah yang akan dikunjungi. Promosi tempat wisata ini sangat diperlukan oleh daerah yang memiliki potensi. Promosi tempat wisata ini juga akan dirancang dengan baik untuk memberikan tambahan penerimaan penghasilan daerah dan dapat dijadikan proses perkembangan ekonomi daerah disekitar daerah wisata (Fitriani et al., 2015).

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, pelestarian budaya lokal menghadapi tantangan besar akibat derasnya arus modernisasi dan dominasi budaya global. Kondisi ini menuntun daerah yang memiliki kekayaan tradisi, termasuk Kabupaten Siak, untuk mampu beradaptasi dan mengembangkan strategi baru dalam mempertahankan identitas budayanya. Salah satu unsur budaya yang menjadi kebanggaan masyarakat Riau adalah kearifan lokal melayu, yang tidak hanya tercemin dalam adat dan tradisi, tetapi juga dalam nilai-nilai- sosial dan cara pandang hidup masyarakat. Pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Personal Branding Jaka & Dara Kota Medan Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kota Medan”. Karya Tricory Indahsari (2020). Menunjukkan bahwa personal branding memiliki peran penting dalam membangun citra dan identitas seorang duta daerah, terutama dalam mempromosikan budaya serta pariwisata secara lebih kreatif dan relevan dengan perkembangan zaman. Temuan tersebut menegaskan bahwa duta daerah tidak hanya berfungsi sebagai ikon budaya kepada Masyarakat melalui berbagai platform komunikasi, termasuk media digital (Nasution, n.d.)

Situasi ini sejalan dengan konteks Kabupaten Siak, Dimana Bujang Dara tidak hanya menjadi representasi simbolik budaya Melayu Riau, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal kepada generasi muda. Melalui media sosial seperti Instagram, Bujang Dara dapat membangun personal branding yang kuat, menampilkan identitas budaya melayu,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta menyebarkan nilai-nilai lokal dengan cara yang lebih menarik, visual, dan mudah diakses oleh publik. Instagram memungkinkan Bujang Dara untuk membangun personal branding dengan menampilkan busana adat, tradisi, Bahasa, hingga filosofi melayu melalui konten yang kreatif dan interaktif. Maka, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana personal branding Bujang Dara Siak dibangun dan digunakan dalam melestarikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau melalui Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan Gambaran mengenai strategi komunikasi budaya di era digital, serta menjadi kontribusi bagi pelestarian budaya melayu ditengah tantangan modern (Nasution, n.d.)

Dalam konteks pengembangan pariwisata daerah, karifan lokal memainkan pran penting sebagai identitas budaya yang mampu menarik perhatian wisatawan. Menurut Harirah, Azwar, dan Isril (2021), kearifan lokal adalah gagasan atau nilai-nilai yang bersifat bijaksana, tertanam, dan diakui oleh masyarakat lokal, yang diwariskan secara turun menurun. Di Kabupaten Siak, kearifan lokal yang dimaksud merujuk pada budaya melayu yang diwujudkan melalui Tradisi, Bahasa, Busana, Tatakrama, hingga aktivitas keagamaan seperti Ghatib Beghanyut. Namun, ditengah arus globalisasi, kearifan lokal tersebut mulai tergerus akibat dominasi budaya luar dan minimnya pelibatan lembaga adat dalam pengembangan kebijakan pariwisata. Fenomena ini menunjukkan bahwa pelestarian kearifan lokal bukan hanya tentang soal pertahan tradisi, tetapi juga tentang bagaimana nilai-nilai budaya lokal bisa dikemas secara kreatif dan ditampilkan dalam ruang publik, termasuk media sosial, agar tetap eksis dan relevan bagi generasi muda (Harirah et al., 2021).

Menurut peneliti, dengan berkembangnya media sosial, khususnya Instagram, kini banyak individu atau kelompok yang memanfaatkannya sebagai ruang untuk menunjukkan jati diri dan aktivitas mereka pada publik. Salah satu indikator yang menunjukkan eksistensi seseorang di instagram dapat dilihat dari jumlah pengikut, jumlah like, dan interaksi dikolom komentar. Hal ini juga terlihat pada akun para Bujang Dara siak @nimatulaulia, @naafiamaliasari, @muhammadfarhaannn, @rafi_alfansori yang aktif membagikan kegiatan mereka, baik yang berkaitan dengan promosi budaya maupun aktivitas pribadi. Banyak dari mereka yang terinspirasi dari gaya komunikasi para influencer untuk menarik perhatian publik. Feed Instagram yang mereka miliki umumnya berisi foto-foto kegiatan promosi wisata, penampilan busana adat, hingga aktivitas selama menjabat sebagai Bujang Dara. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengaji lebih lanjut mengenai “PERSONAL BRANDING BUJANG DARA SIAK DALAM MELESTARIKAN NILAI NILAI KEARIFAN LOKAL RIAU DI INSTAGRAM”.

Berdasarkan uraian tersebut, Instagram menjadi media yang relevan untuk dikaji karena mampu menjadi ruang komunikasi budaya yang menjangkau



masyarakat luas, khususnya generasi muda. Aktivitas Bujang Dara Siak dalam menyampaikan nilai-nilai kearifan lokal melayu Riau tidak hanya dilakukan secara langsung melalui kegiatan seremonial, tetapi juga melalui konten digital yang dipublikasikan secara rutin di instagram. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan netnografi karena aktivitas sosialisasi budaya terjadi dalam ruang digital instagram.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini bagaimana personal branding Bujang Dara Siak dalam melestarikan nilai-nilai kearifan lokal melayu Riau melalui Instagram.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis personal branding Bujang Dara Siak dalam melestarikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau di instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dibidang ilmu komunikasi, khususnya pada bidang Komunikasi Budaya, Komunikasi Digital, dan Personal Branding. Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi mengenai bagaimana strategi personal branding diterapkan oleh figur duta budaya dalam konteks lokal, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai budaya. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai sosialisasi kearifan lokal di era digital, serta memperluas pemahaman tentang peran media baru, seperti Instagram, dalam pelestarian budaya Melayu Riau. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa dalam budaya dan media.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi banyak pihak. Bagi Bujang Dara Siak, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan strategi personal branding yang lebih efektif dan relevan dalam menyampaikan nilai-nilai kearifan lokal melalui konten digital. Bagi dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Siak, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merancang program pelestarian budaya serta strategi komunikasi yang lebih kreatif dan mampu menjangkau generasi muda melalui platform media sosial. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap pentingnya kearifan lokal Melayu Riau sebagai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

identitas daerah. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan inspirasi bagi figur publik atau komunitas budaya lain dalam mengembangkan media sosial sebagai sarana promosi budaya modren dan menarik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti sejauh ini, penelitian tentang “Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai Nilai Kearifan Lokal Riau Di Instagram”, belum pernah dilakukan. Dan beberapa penelitian dibawah ini merupakan penelitian atau kajian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tricory Indahsari (2020) berjudul **“Personal Branding Jaka Dan Dara Kota Medan Dalam Mempromosikan Pariwisata Dikota Medan”** mengkaji secara mendalam bagaimana figur Jaka dan Dara sebagai duta wisata Kota Medan membangun personal branding untuk mendukung promosi wisata daerah. Masalah utama yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah minimnya pemahaman tentang strategi pencitraan diri yang efektif bagi duta wisata, sehingga berdampak pada kurang optimalnya peran mereka dalam menarik perhatian masyarakat dan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari finalis dan Pemenang Jaka dan Dara Kota Medan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses pembinaan duta wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jaka dan Dara membangun personal branding melalui penerapan delapan prinsip personal branding Montoya dan Vandehey, yaitu: Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Diferensiasi, Visibilitas, Kesatuan, Keteguhan, Dan Nama Baik. Mereka menampilkan diri sebagai figur yang berwawasan luas mengenai Pariwisata Medan, menjaga etika komunikasi, menunjukkan kepribadian yang ramah, serta memberikan kesan profesional pada setiap kesempatan. Selain itu, penelitian tersebut menegaskan bahwa Instagram menjadi media yang sangat penting bagi Jaka dan Dara untuk memperkuat citra diri mereka. Melalui unggahan foto kegiatan resmi, promosi destinasi wisata, serta interaksi langsung dengan publik Jaka dan Dara mampu membangun kedekatan emosional dan meningkatkan kredibilitas sebagai representasi budaya dan pariwisata Kota Medan. Perbedaan mendasar antara penelitian tricory dan penelitian ini terletak pada konteks dan fokus kajian. Penelitian tricory lebih menekankan pada membangun personal branding untuk promosi pariwisata Kota Medan, sedangkan penelitian ini berfokus pada Bujang Dara Siak sebagai duta budaya yang berperan dalam mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau melalui Instagram. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Ditinjau UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

personal branding, tetapi juga menepatkannya dalam kerangka pelestarian budaya lokal, yang tidak dibahas dalam penelitian tricory. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengkaji bagaimana personal branding dapat menjadi sarana komunikasi budaya dan pelestarian kearifan lokal di era digital (Nasution, n.d.)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Lala Friska Aspiraga (2020) berjudul **“Personal Branding Ridwan Kamil Menggunakan Kearifan Lokal Silih Asah Silih Asih Silih Asuh Di Instagram”** menjadi salah satu rujukan penting dalam memahami integrasi nilai budaya lokal dalam strategi personal branding melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif terhadap 287 unggahan instagram @ridankamil sepanjang tahun 2018. Hasil penelitian menunjukan bahwa ridwan kamil secara konsisten menerapkan delapan elemen Personal Branding Menurut Montoya, mulai dari Spesialisasi hingga menjaga Nama Baik, yang dipadukan dengan nilai kearifan lokal Sunda yaitu Silih Asah, Silih Asih, Silih Asuh. Unggahan yang paling dominan berkaitan dengan unsur silih asah yang tercemin dalam aktivitas edukasi, penyampaian informasi publik, serta konten yang memperlihatkan kepemimpinan yang humanis. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk memperkuat identitas budaya seorang tokoh publik. Perbedaan penelitian asparingga dengan penelitian ini terletak pada subjek, tujuan, dan konteks budaya yang dikaji. Penelitian asparingga berfokus pada tokoh pejabat publik dan bagaimana nilai kearifan lokal sunda digunakan dalam komunikasi politik dan sosial. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada bujang dara siak sebagai duta budaya yang memanfaatkan instagram untuk mensosialisasikan kearifan lokal melayu riau, bukan sebagai tokoh politik. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengkaji bagaimana personal branding digunakan bukan hanya untuk membangun citra diri, tetapi juga untuk pelestarian budaya lokal dan penguatan identitas daerah melalui media sosial di era digital (Asparingga, n.d.)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Haryadi Mujiyanto, Zikri Fachrul Nurhadi, Dan Kenny Kharismawati (2021) berjudul **“Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding Selebgram Berhijab Dikota Garut”** membahas bagaimana instagram digunakan sebagai sarana pembentukan personal branding oleh selebgram berhijab. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan informan sebanyak lima orang selebgram yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Fokus penelitian diarahkan pada tiga dimensi utama pembentukan personal branding, yaitu gaya atau style yang ditunjukkan dalam konten visual dan caption, kompetensi atau kemampuan khusus yang ditampilkan dalam aktivitas digital, serta standar diri yang dijaga selebgram dalam membangun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

reputasi di instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding terbentuk melalui konsistensi gaya busana, cara komunikasi, keahlian yang ditonjolkan, serta kemampuan selebgram mempertahankan citra diri yang positif ditengah interaksi dengan pengikutnya. Instagram berperan sebagai media yang memungkinkan selebgram mengekspresikan identitas, memperluas jaringan, dan menunjukkan potensi diri sehingga membentuk persepsi publik yang kuat terhadap personal brand mereka. Perbedaan mendasar antara penelitian mujiyanto dkk. Dan penelitian ini terletak pada subjek, tujuan, dan konteks budaya. Penelitian mujiyanto dkk. Berfokus pada selebgram berhijab di kota garut dan menekankan aspek gaya hidup digital serta bagaimana personal branding dibangun untuk tujuan popularitas dan kesempatan kerja seperti endorsement. Sementara itu, penelitian ini menyoroti nujang dara siak sebagai duta budaya, yang membangun personal branding bukan hanya sekedar untuk popularitas, tetapi juga untuk mensosialisasikan kearifan lokal melayu riau melalui instagram. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian penulis lebih luas karena tidak hanya membahas strategi personal branding, tetapi juga mengkaji fungsi budaya, identitas lokal, dan peran instagram dalam melestarikan nilai-nilai melayu riau di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (Mujiyanto et al., 2021)

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sella Efrida Dan Anisa Diniati (2020) berjudul **“Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss Internasional 2017”**. Mengkaji bagaimana seorang figur publik memanfaatkan berbagai fitur instagram untuk membangun personal branding yang konsisten dan autentik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan konstruktivisme, melalui teknik wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding kevin liliana sebagai miss internasional 2017 dibangun melalui pemanfaatan fitur instagram seperti caption, comment, hashtag, tag, story, dan story highlights. Personal branding yang ditampilkan mencerminkan karakter asli kevin liliana yang soft, humble, dan menonjolkan aspek behavior. Peneliti menemukan bahwa kevin berhasil menampilkan citra yang selaras dengan identitas aslinya, dan proses personal branding tersebut mengikuti tujuh dari delapan konsep personal branding menurut peter montoy, yaitu spesialisasi, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Namun, penelitian ini juga mencatat beberapa kekurangan, seperti kurangnya engagement pada konten sosial dan inkonsistensi penggunaan hashtag. Jika dibandingkan dengan penelitian ini, penelitian sella efrida dan anisa diniati berbeda dari segi konteks, tujuan dan objek penelitian. Penelitian mereka berfokus pada figur publik nasional dalam dunia beauty pageant dan bagaimana personal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

branding dibangun untuk tujuan citra dan profesionalitas individu. Sementara penelitian ini menitik beratkan pada bujang dara siak sebagai duta budaya daerah yang menggunakan instagram bukan hanya untuk membangun personal branding, tetapi juga untuk mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal melayu riau. Dengan demikian. Penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik dalam ranah kebudayaan dan pelestarian identitas lokal, terutama bagaimana personal branding dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi. Selain itu, penelitian ini menempatkan instagram sebagai media yang tidak hanya membangun citra, tetapi juga berperan dalam edukasi, diplomasi budaya, serta penguatan eksistensi kearifan lokal di tengah arus globalisasi (Efrida et al., 2020)

5. Penelitian yang dilakukan oleh Cristhoper Rafael Butar Butar Dan Dini Salmiyah Fithrah Ali (2018) berjudul “**Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti**”. Membahas bagaimana strategi personal branding dibangun seorang selebgram bernama ohim (@ibrhmrsyd), yang berhasil memperoleh pengakuan publik meskipun tidak memiliki latar belakang sebagai selebriti. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengacu pada sebelas karakteristik authentic personal branding menurut rampersad. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan personal branding ibrahim ohim ditentukan oleh konsistensi gaya komunikasi visual, integritas dalam menjaga konten positif, spesialisasi pada bidang fashion model, serta visibilitas yang stabil melau unggahan yang teratur. Selain itu, pengakuan dari brand bear seperti uniqlo dan GO-JEK memperkuat otoritas dirinya sebagai selebgram, sehingga membuat personal brandnya semakin dikenal dan dipercaya oleh audiens. Penelitian ini menegaskan bahwa membangun peronal branding yang kuat membutuhkan konsistensi, keaslian, relevansi dengan audiens, serta kemampuan menjaga hubungan yang baik melalui interaksi di media sosial. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada fokus dan konteks penelitian. Penelitian christhoper dan dini berfokus pada strategi peronal branding selebgram non-selebriti yang memanfaatkan instagram untuk tujuan komersial dan citra profesional sebagai fashion influencer. Sementara penelitian penulis berfokus pada bujang dara siak sebagai duta budaya, dengan tjuan memahami bagaimana personal branding digunakan bukan hanya untuk mebangun citra diri, tetapi juga untuk mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal melayu riau di instagram. Dengan demikian, penelitian penulis memberikan perspektif yang lebih luas terkait peran figur publik daerah dalam pelestarian budaya melalui media sosial, sekaligus memperlihatkan bagaimana personal branding dapat menjadi alat komunikasi budaya dan identitas dalam ruang digital (Butar Butar, n.d.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khoirul Fikri, Tamrin Fathoni, Dan Dewi Yunita Sari (2024) berjudul “**Pendampingan Personal Branding Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Potensi Lokal Didesa Nambangrejo Sukorejo Ponorogo**” merupakan penelitian berbasis pengabdian masyarakat yang menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana membangun personal branding untuk menunjang pengembangan potensi lokal. Fokus permasalahan penelitian ini terletak pada masi rendahnya kemampuan masyarakat desa nambangrejo dalam mengemas potensi budaya dan kearifan lokal menjadi konten digital yang menarik serta mampu bersaing di era media sosial. Potensi lokal seperti seni reog, kesenian banjari, umkm berbasis tradisi, serta pengetahuan lokal masyarakat setempat belum dimanfaatkan secara optimal sebagai citra identitas desa. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode asset based community development (ABCD), yaitu pendekatan pemberdayaan yang bertumpu pada kekuatan atau aset yang dimiliki komunitas. Melalui workshop personal branding, pelatihan penggunaan media sosial, serta pendampingan dalam pembuatan konten digital, peneliti berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait strategi memperkenalkan aset budaya desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan tersebut membuat masyarakat lebih mampu membangun citra diri berbasis potensi lokal melalui platform digital, menghasilkan konten-konten instagram yang mempromosikan budaya desa, serta meningkatkan rasa kepemilikan atas identitas lokal. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam melestarikan budaya dan memperluas jangkauan promosi kearifan lokal. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam melestarikan budaya dan memperluas jangkauan promosi kearifan lokal tanpa batasan geografis. Perbedaan penelitian Fitri dkk. (2024) dengan penelitian penulis terletak pada subjek penelitian, tujuan penelitian, dan konteks budaya yang dikaji. Penelitian Fitri dkk. Berfokus pada masyarakat desa sebagai pelaku personal branding dan bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mempromosikan potensi lokal secara mandiri. Sementara itu, penelitian penulis memusatkan perhatian pada bujang dara siak, yaitu figur representatif daerah yang memiliki peran formal sebagai duta budaya dan pariwisata. Selain itu, penelitian penulis menitikberatkan pada bagaimana bujang dara siak membangun personal branding untuk mensosialisasikan kearifan lokal melalui media sosial, bukan sekedar mempromosikan potensi lokal. Dengan demikian, penelitian penulis memberikan kontribusi yang lebih khusus dalam konteks representasi budaya melayu riau oleh figur publik daerah dan menunjukkan bagaimana personal branding dapat berfungsi sebagai

strategi pelestarian budaya dimedia sosial pada era globalisasi (Fikri et al., n.d.)

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Irma Awayanti Srem, Krisna Sawen, Cheryl Aura Vanecha, Dan Billy Tokoro (2025) berjudul **“Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Konten Kreator, Personal Branding, Dan Edukasi Hak Cipta Untuk Meningkatkan Potensi Wisata Dikampung Klaisu, Kampung Dosay, Dan Kampung Maribu, Kabupaten Jaya Pura”** menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mempromosikan potensi wisata. Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan utama berupa rendahnya kesadaran wisata, minimnya kemampuan pembuatan konten digital, serta kurangnya pemahaman mengenai personal branding dan hak cipta. Dengan menggunakan pendekatan worhsop interaktif, pendampingan individu, observasi lapangan, dan kampanye promosi digital, penelitian ini berhasil meningkatkan pemahaman serta strategi pembuatan konten kreatif dan pentingnya perlindungan karya melalui hak cipta. Hasil kegiatan menunjukan adanya peningkatan keterampilan masyarakat dalam membuat konten visual yang menarik, peningkatan kemampuan membangun personal branding sebagai pelaku wisata lokal, serta mulai tumbuhnya upaya promosi digital potensi wisata desa melalui instagram dan platform media sosial lainnya. Meskipun demikian, kesadaran wisata masyarakat masih memerlukan penguatan lebih lanjut karena skor evaluasi menunjukkan kategori rendah. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang di lakukan penulis terletak pada subjek penelitian, tujuan, konteks budaya. Penelitian ade irma awayanti srem dkk. Berfokus pada masyarakat umum dan wirausaha milenial yang diperdayakan sebagai konten kreator untuk mempromosikan potensi wisata jayapura melalui media sosial. Sementara dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah bujang dara siak sebagai duta budaya, yang memanfaatkan instagram bukan hanya untuk membangun personal branding, tetapi sekaligus untuk mensosialisasikan kearifan lokal melayu riau. Selain itu, penelitian penulis menempatkan personal branding dalam konteks representasi budaya dan pelestarian identitas lokal, bukan hanya sekedar pemberdayaan masyarakat atau peningkatan ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini meberikan perspektif baru mengenai bagaimana figur representatif daerah menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi budaya dan pelestarian kearifan lokal secara digital (A. Rahma. , & H. Rachmat. 2024 Putri, n.d.)

8. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Putri Paramita Dan I Wayan Suadnya (2023) berjudul **“Peningkatan Kemampuan Promosi Wisata Melalui Pelatihan Personal Branding Bagi Masyarakat Desa Kuta Mandalika”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membahas penting membangun personal branding sebagai strategi untuk memperkuat identitas budaya lokal dalam kegiatan promosi pariwisata. Permasalahn utama yang ditemukan peneliti yaitu semakin mudarnya karakter budaya masyarakat desa kuta mandalika akibat kuatnya pengaruh budaya global, yang tampak melalui gaya berpakaian, cara berinteraksi, hingga penggunaan bahasa saat berhadapan dengan wisatawan. Kondisi ini menyebabkan praktik promosi pariwisata tidak lagi mencerminkan identitas lokal yang seharusnya menjadi daya tarik utama destinasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan andragogi (pendidikan orang dewasa) melalui beberapa tahapan kegiatan, meliputi identifikasi masalah, diskusi bersama masyarakat, pemberian materi personal branding, hingga praktik langsung dalam membangun citra diri melalui foto, captions, dan teknik komunikasi yang tepat. Hasil kegiatan menunjukan bahwa pelatihan tersebut mampu meningkatkan pemahaman dan personal branding yang sesuai dengan nilai budaya lokal. Peserta juga menjadi lebih sadar bahwa identitas daerah perlu ditampilkan secara konsisten agar promosi pariwisata tetap memiliki keumikan dan daya tarik tersendiri. Penelitian tersebut terlihat bahwa personal branding tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi, tetapi juga sebagai upaya menjaga keselarasan antara perkembangan pariwisata global dan kearifan budaya lokal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada subjek, tujuan, dan konteks budaya. Paramita dan suadnya meneliti masyarakat umum didesa wisata dan fokus pada pemberdayaan masyarakat melaui pelatihan personal branding untuk memningkatkan promosi wisata. Sementara itu, penelitian penulis berfokus pada bujang dara siak sebagai duta budaya, yang tidak hanya membangun personal branding, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk mensosialisasikan kearifan lokal melayu riau melalui instagram. Penelitian penulis juga menepatkan personal branding dalam konteks figur representatif daerah yang memiliki peran formal dalam pelestarian budaya, bukan hanya sekedar masyarakat umum yang diberdayakan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana duta budaya memanfaatkan media sosial sebagai sarana pelestarian kearifan lokal dan penguatan identitas daerah (Putri & Suadnya2, n.d.)

9. Penelitian yang dilakukan oleh Seto Sanjoyo, Lia Ayuningtyas, Dan Utari Ardiyanti (2024) berjudul “**Strategi Pengembangan Branding Pariwisata Berbasis Keraifan Lokal Dikabupaten Grobongan**” merupakan salah satu kajian yang relevan dalam pembahasan mengenai promosi yang memngembangkan citra pariwisata daerah. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kabupaten grobongan masih menghadapi persoalan lemahnya branding daerah, dimana citra negatif seperti stereotipe “jalan rusak” masih melekat sebagai representasi wilayah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kondisi ini menutupi berbagai potensi wisata yang sebenarnya cukup melimpah, baik berupa wisata alam, wisata budaya, wisata religi, kuliner lokal, maupun kerajinan masyarakat. Peneliti mengidentifikasi bahwa permasalahan utama terletak pada kurangnya kesadaran masyarakat dalam melakukan self branding serta minimnya pemetaan potensi wisata berbasis kearifan lokal yang dapat dijadikan kekuatan identitas daerah. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik triangulasi data di 19 kecamatan dikabupaten grobongan, penelitian tersebut berhasil memetakan ragam potensi wisata seperti air terjun, sendang, goa, tradisi budaya (sedekah bumi, tayub, boyong grobong), hingga wisata religi dan kuliner khas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki fungsi edukatif, ekonomi, dan literasi yang mampu menjadi dasar kuat dalam pengembangan branding pariwisata daerah, selama prosesnya dilakukan secara partisipatif atau bottom-up. Dengan kata lain, keberhasilan branding daerah tidak hanya bertumpu pada pemerintah, tetapi juga harus melibatkan masyarakat sebagai pemilik sekaligus pewaris nilai budaya lokal. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada fokus dan subjek kajiannya. Penelitian sanjoyo dkk. Berorientasi pada strategi branding berbasis potensi dan objek wisata di tingkat kabupaten. Sementara itu, penelitian inimitikberatkan pada personal branding duta wisata bujang dara siak sebagai komunikator yang berperan dalam membangun citra daerah melalui presentasi personal, kemampuan komunikasi, serta strategi pembentukan persepsi publik. Dengan demikian, jika penelitian terdahulu memfokuskan pada branding melalui kearifan lokal dan destinasi wisata, penelitian ini melihat aspek branding dari perspektif pelaku yang tampil sebagai wajah daerah dalam berbagai aktivitas kehumasan dan promosi pariwisata (Sanjoyo et al., 2013)

10. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Yulaichah (2020) berjudul **Bujang Dara Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Indragiri Hulu** membahas tentang eksistensi peran Bujang dan Dara sebagai duta wisata dalam mempromosikan objek wisata di Kabupaten Indragiri Hulu. Eksistensi yang dikaji adalah peran aktif Bujang dan Dara dalam promosi pariwisata melalui berbagai bentuk komunikasi pemasaran seperti *sales promotion* (penjualan langsung), *public relation* (hubungan masyarakat), dan *word of mouth* (promosi dari mulut ke mulut). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta teknik analisis data secara deskriptif kualitatif dengan triangulasi sumber sebagai validasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu masih belum optimal. Beberapa faktor penghambat yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diidentifikasi adalah keterbatasan anggaran, minimnya pemahaman masyarakat tentang kontribusi Bujang dan Dara, masa jabatan yang relatif singkat (hanya 1 tahun), serta kurangnya keleluasaan mereka dalam merancang program promosi sendiri. Meskipun demikian, Bujang dan Dara sudah menjalankan beberapa aktivitas promosi seperti menghadiri pameran, menjadi narasumber media, serta memanfaatkan kegiatan festival lokal sebagai media promosi wisata. Adapun perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian yulaichah yaitu penelitian ini memiliki fokus pada aktivitas promosi yang dilakukan bujang dan dara sebagai duta wisata. Sementara itu, penelitian ini lebih memusatkan perhatian pada personal branding duta wisata sebagai bentuk komunikasi strategis dalam membangun citra daerah. Dengan demikian, penelitian terdahulu menitikberatkan pada apa yang dilakukan oleh bujang dara dalam mempromosikan pariwisata, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana mereka membangun diri sebagai figur yang merepresentasikan identitas daerah. Perbedaan fokus ini menunjukkan bahwa penelitian ini memberikan perspektif baru dalam melihat peran duta wisata, tidak hanya sebagai pelaksana promosi, tetapi juga sebagai komunikator yang membangun citra melalui identitas personal (Yulaichah, 2017).

B. Landasan Teori

Landasan teori merupakan dasar ilmiah yang digunakan peneliti untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang dikaji. Teori berfungsi sebagai pijakan dalam merumuskan variabel, menyusun instrumen, serta membatasi ruang lingkup penelitian agar tetap objektif dan sistematis. Teori yang dipilih harus relevan dengan fokus penelitian dan mampu menjelaskan hubungan antar variabel. Dengan landasan teori yang kuat, penelitian menjadi lebih terarah, logis, dan memiliki kontribusi ilmiah yang jelas.

Landasan teori merupakan kompone fundamental dalam penelitian ilmiah karena berfungsi sebagai pijakan konseptual yang membantu peneliti memahami, menjelaskn, serta menafsirkan fenomena yang dikaji. Menurut hanifah dkk (2025), landasan teori bukan hanya kumpulan konsep dari berbagai ahli, tetapi merupakan kontruksi ilmiah yang memberikan arah logis bagi keseluruhan penelitian. Kehadiran landasan teori membantu peneliti mengidentifikasi variabel yang relevan, menentukan batasan penelitian, serta ,menyusun instrumen yang sesuai dengan fokus kajian. Dengan demikian, teori memiliki peran stragis dalam menjaga koherensi antara rumusan masalah, tujuan penelitian, serta metode yang digunakan. Lebih juah, landasan teori juga berfungsi sebagai kerangka acuan yang menghubungkan penelitian dengan temuan atau pemikiran sebelumnya, sehingga penelitian tidak berjalan terpisah, tetapi berada dalam alur perkembangan ilmu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengetahuan yang berkesinambungan. Hanifah dkk (2025) menegaskan bahwa teori yang dipilih harus memiliki relevansi langsung dengan objek kajian, mampu menjelaskan hubungan antar variabel, dan mendukung analisis terhadap data yang ditemukan dilapangan.

Dengan teori yang tepat, peneliti dapat melakukan interpretasi secara lebih mendalam, krisis, dan terarah, sehingga ,menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Selain itu, landasan teori memberikan kerangka berfikir yang sistematis, membantu peneliti dalam menghindari bias subjektif, serta memastikan bahwa penelitian dilakukan sesuai standar ilmiah. Peneliti juga memperoleh kemampuan untuk memprediksi kemungkinan hubungan atau kecenderungan yang muncul dari data penelitian. Melalui landasan teori yang kuat dan relevan, penelitian tidak hanya memperoleh legitimasi akademik, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ilmu melalui penyajian perspektif baru, pengujian konsep yang telah ada, atau penyempurnaan teori sebelumnya. Oleh sebab itu, penyusunan landasan teori memegang peran penting dalam menjamin kualitas, objektivitas, dan ketepatan analisis dalam suatu penelitian ilmiah (Hanifah et al., n.d.)

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori dasar merupakan kumpulan konsep, definisi, dan pemikiran para ahli yang dijadikan sebagai acuan utama dalam memahami suatu fenomena. Teori dasar berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti dalam mengarahkan proses pengumpulan data, analisis, serta penarikan kesimpulan agar hasil penelitian memiliki dasar ilmiah yang kuat.

1. Teori Personal Branding

Personal branding merupakan proses strategis ketika seseorang secara sadar membangun, mengelola, dan mengkomunikasikan citra diri yang ingin ditampilkan kepada publik. Menurut Peter Montoya dalam bukunya *The Brand Called You* (2002), personal branding adalah upaya seorang individu untuk menonjolkan nilai, karakter, keahlian, serta keunikan diri sehingga membedakannya dari individu lain. Personal branding bukan hanya mengenai tampilan luar, tetapi tentang bagaimana seseorang membangun persepsi publik melalui komunikasi, tindakan, dan nilai yang konsisten. Sementara itu, Dan Schawbel dalam bukunya *Me 2.0: Build A Powerful Brand To Achieve Career Success* (2010) menjelaskan bahwa personal branding adalah kemampuan individu menciptakan reputasi yang kuat di era digital, khususnya melalui media sosial. Personal branding kini tidak hanya membangun secara tatap muka, tetapi juga melalui citra yang ditampilkan dalam platform daring seperti Instagram, Facebook, atau LinkedIn. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa personal branding adalah proses pembentukan identitas diri yang dilakukan secara sadar dan konsisten agar publik memiliki persepsi tertentu



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

terhadap individu, baik dalam konteks profesional, sosial, maupun budaya (Montoya & Vandehey, 2002)

Peter Montoya (2002) menawarkan delapan elemen personal branding yang banyak digunakan sebagai acuan dalam berbagai penelitian dibidang komunikasi dan pemasaran diri. Delapan elemen tersebut menjadi kerangka konseptual dalam membangun citra individu secara konsisten dan strategis diruang publik, khususnya melalui media komunikasi modren, termasuk media sosial. Konsep ini membantu menjelaskan bagaimana seseorang dapat membentuk persepsi positif, meningkatkan kredibilitas, serta memperkuat posisi diri di tengah persaingan informasi yang semakin kompleks. Delapan elemen tersebut yaitu:

a. Spesialisasi (*Specialization*)

Spesialisasi merujuk pada fokus utama atau khas yang ingin ditonjolkan oleh individu sehingga membentuk identitas yang jelas dan mudah dikenali publik. Melalui spesialisasi, seseorang menempatkan dirinya sebagai figur yang memiliki peran tertentu, misalnya sebagai komunikator budaya, duta pariwisata, atau representasi nilai lokal dalam ruang publik.

b. Kepemimpinan (*Leadership*)

Kepemimpinan merupakan kemampuan individu untuk menjadi panutan, memberikan pengaruh positif, serta menginspirasi orang lain dalam komunitas atau masyarakat luas. Dalam konteks personal branding, kepemimpinan tercermin malalui sikap, pesan yang disampaikan, serta peran aktif dalam mengarahkan opini publik terhadap suatu nilai atau tujuan tertentu.

c. Kepribadian (*Personality*)

Kepribadian menggambarkan karakter, sikap, serta gaya personal yang ditampilkan individu sehingga membentuk kesan khas di mata publik. Unsur ini mencakup cara komunikasi, ekspresi diri, serta nilai-nilai yang tercermin dalam perilaku, yang pada akhirnya membuat seseorang lebih mudah dikenali dan diingat.

d. Diferensiasi (*Distinctness*)

Diferensiasi merupakan keunikan yang membedakan individu dari figur lain dalam bidang yang sama. Keunikan dapat muncul dari cara berpakaian, gaya komunikasi, fokus konten, maupun nilai yang diangkat, sehingga personal branding memiliki ciri khas yang tidak mudah ditiru.

e. Visibilitas (*Visibility*)

Visibilitas menunjukkan tingkat keterlihatan individu diruang publik atau media sosial melalui konsistensi kehadiran dan aktivitas komunikasi. Semakin sering dan konsisten seseorang muncul dengan pesan yang relevan, semakiin kuat pula citra yang terbentuk dibenak audiens.

f. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan mengacu pada kesesuaian antara citra yang ditampilkan dimedia sosial dengan perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari. Personal branding



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang efektif menuntut adanya konsistensi antara identitas digital dan identitas nyata agar citra yang dibangun bersifat autentik dan dapat dipercaya.

g. Keteguhan (*Persistence*)

Keteguhan merupakan upaya keberlanjutan dalam mempertahankan citra diri dalam jangka panjang. Elemen ini menekankan pentingnya konsistensi pesan, konten, dan perilaku agar personal branding tidak bersifat sementara, tetapi terus berkembang dan menguat seiring waktu.

h. Nama Baik (*Goodwill*)

Nama baik berkaitan dengan reputasi positif yang dibangun melalui tindakan, integritas, serta kontribusi individu kepada masyarakat. Reputasi yang baik meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat citra diri sebagai figur yang kredibel, profesional, dan bernilai sosial.

Delapan elemen personal branding tersebut menjadi acuan penting dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana Bujang Dara Siak membangun dan menampilkan citra diri sebagai duta budaya dalam mempromosikan kearifan lokal Melayu Riau melalui instagram. Melalui kerangka ini, penelitian dapat mengkaji secara sistematis bentuk strategi komunikasi yang digunakan, konsistensi identitas yang dibangun, serta efektivitas penyampaian pesan budaya kepada masyarakat melalui media digital.

Diera media sosial, personal branding mengalami pergeseran dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi visual digital. Menurut Schawbel (2010), media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk membangun personal branding karena memungkinkan individu menampilkan identitasnya secara terkontrol, terukur, dan mudah diakses publik. Instagram, khususnya, memberikan ruang bagi seseorang untuk menampilkan citra diri melalui foto, video, captions, cerita (*stories*), dan interaksi komentar (Montoya, n.d.)

William Arruda dalam bukunya *Dare. Do!* (2013) menekankan bahwa personal branding yang efektif di era digital harus memenuhi tiga prinsip:

- a. *Differentiate* – tampil beda dan unik
- b. *Communicate* – mengomunikasikan nilai diri secara aktif
- c. *Deliver* – memberikan aksi nyata melalui tindakan.

Melalui instagram, duta budaya seperti Bujang Dara dapat menampilkan identitas melayu Riau secara visual dan naratif, mempromosikan berbagai kegiatan kebudayaan serta pariwisata daerah, sekaligus membangun kedekatan dengan masyarakat melalui konten yang menarik dan konsisten. Pemanfaatan medi sosial ini memungkinkan pesan budaya disampaikan secara lebih luas, interaktif, dan relevan dengan karakter generasi digital, sehingga berkontribusi dalam upaya pelestarian serta penguatan citra budaya melayu riau diruang publik.



Pada penelitian “Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Mensosialisasikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau Di Instagram”, teori personal branding digunakan untuk menganalisis bagaimana Bujang Dara membangun citra diri melalui:

- a. Konsistensi konten budaya
- b. Penggunaan simbol Melayu Riau
- c. Cara komunikasi dalam captions
- d. Partisipasi dalam acara budaya
- e. Serta interaksi digital dengan audiens.

Delapan elemen personal branding yang dikemukakan oleh Montoya sangat relevan digunakan untuk menilai tingkat keefektifan citra budaya yang ditampilkan oleh Bujang Dara Siak, karena mampu mengukur konsistensi identitas, keunikan, visibilitas, serta kredibilitas citra diri yang dibangun di media sosial. Sementara itu, teori personal branding digital dari Schawbel dan Arruda memperkuat pemahaman mengenai bagaimana proses pembentukan citra diri berlangsung di platform digital, khususnya Instagram, melalui strategi konten, interaksi audiens, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi personal dan budaya di era digital.

2. Teori Netnografi Robert Kozinets

Netnografi merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk memahami perilaku sosial dan budaya masyarakat dalam ruang digital. Netnografi berasal dari konsep etnografi, namun diterapkan dalam konteks komunitas online seperti media sosial, forum diskusi, blog, dan platform digital lainnya. Tokoh utama dalam pengembangan metode netnografi adalah Robert V. Kozinets, yang memperkenalkan netnografi sebagai pendekatan sistematis untuk meneliti budaya serta interaksi manusia yang terjadi melalui komunikasi berbasis internet (Kozinets, 2015).

Menurut Kozinets, netnografi adalah metode penelitian yang memanfaatkan data komunikasi online untuk memahami pola perilaku, nilai, simbol, serta makna budaya yang terbentuk dalam komunitas virtual. Netnografi tidak hanya meneliti teks atau unggahan digital semata, tetapi juga menganalisis bagaimana individu membangun identitas diri, membentuk relasi sosial, serta menampilkan representasi budaya melalui media digital.

Kozinets menjelaskan bahwa netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati aktivitas komunikasi yang terjadi secara alami di ruang online, sehingga data yang diperoleh lebih autentik dan mencerminkan realitas sosial masyarakat digital. Dalam konteks penelitian ini, netnografi relevan karena Instagram menjadi ruang utama bagi Bujang Dara Siak dalam membangun

personal branding serta mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal melayu Riau melalui konten visual, captions, reels, story dan interaksi audiens.

Lebih lanjut, Kozinets menyatakan bahwa penelitian netnografi dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu:

- a. Masuk Kekomunitas Online (*Entree*)
Peneliti menentukan ruang digital yang akan diteliti serta memilih komunitas atau akun yang relevan sesuai fokus penelitian.
- b. Pengumpulan Data Online (*Data Collection*)
Peneliti mengumpulkan data berupa unggahan, komentar, interaksi, simbol visual, captions, serta dokumentasi digital yang relevan dengan topik penelitian.
- c. Analisis Dan Interpretasi Data (*Data Analysis And Interpretation*)
Data analisis secara kualitatif untuk menemukan pola komunikasi, makna budaya, serta nilai-nilai yang ditampilkan dalam komunitas online.
- d. Etika Penelitian Digital (*Ethical Research*)
Penelitian netnografi harus memperhatikan etika penelitian, seperti menjaga privasi pengguna, tidak menyalahgunakan informasi pribadi, serta menggunakan data secara akademik dan tanggung jawab.
- e. Validasi Dan Penyajian Data (*Member Check And Representation*)
Peneliti dapat melakukan klarifikasi kepada subjek penelitian untuk memastikan interpretasi sesuai dengan realitas yang dimaksud oleh informan, kemudian menyajikan hasil penelitian secara sistematis.

Dengan demikian, teori netnografi Kozinets memberikan dasar yang kuat bahwa media sosial seperti instagram dapat diteliti sebagai ruang budaya dan komunikasi modern. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana Bujang Dara Siak membentuk citra diri (personal branding) sekaligus menjalankan peran sebagai duta budaya dalam mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal melayu riau secara digital.

3. Bujang Dara

Pengertian Bujang Dara ialah pemuda-pemudi yang dijadikan sebagai mitra pemerintah didalam suatu daerah untuk menaikkan atau mempromosikan daerah tersebut khususnya daerah Riau Sejarah Bujang Dara Riau ialah pemilihan Bujang Dara bukan sebatas seremonial belaka melainkan bagian dari upaya Pemerintah Provinsi Riau dalam mengimplementasikan nilai-nilai luhur melayu secara lebih meluas lagi. Bujang merupakan sebutan untuk seorang laki-laki belum menikah berusia 17-24 sedangkan untuk Melayu yang belum menikah disebut dara atau anak Dara. Bujang dan Dara Riau dipilih berdasarkan beberapa kriteria yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Islamic University of Sultan Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. WNI, Umur 18 s/d 23 tahun
- b. Tinggi badan minimal Bujang 170 da Dara 165 dengan berat badan proporsional.
- c. Telah Lulus SMA / SMK, berstatus mahasiswa/i atau Karyawan/i atau Model dll.
- d. Belum pernah menikah, hamil dan melahirkan.
- e. Tidak merokok, tidak bertato dan bebas narkoba.
- f. Peserta harus berasal / berdomisili / keturunan dari daerah yang mewakilinya.
- g. Memiliki pengetahuan umum dan berwawasan luas tentang pariwisata dan kebudayaan Indonesia dan lingkungan hidup.
- h. Berpenampilan cantik, cerdas dan berkpribadian baik.
- i. Mampu berkomunikasi dalam asing memeberikan nilai tambah.
- j. Diutamakan mempunyai keahlian khusus pada suatu bidang (tari, suara dll).
- k. Belum pernah terpilih sebagai pemenang Bujang dan Dara Tingkat Kab/Kota dan Provinsi Riau).
 1. Tidak memakai kawat gigi/behel. Peserta wajib memiliki email yang valid. Mendownload Surat Pernyataan Izin Orang Tua
- m. Surat Keterangan Berbadan Sehat dari Rumah Sakit / Dokter.

Kriteria Umum dan Penilaian:

- a. Wawasan tentang Pariwsiata, Kebudayaan, Sejarah, Pemerintahan dan Pengetahuan Umum
- b. Mencakup 3B (Brain, Beauty, Behavior)
- c. Kemampuan Berkomunikasi.
- d. Kepribadian.
- e. Kedisiplinan.
- f. Penampilan dan Etika.
- g. Public Relation.

4. Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan nilai-nilai luhur yang lahir dari tradisi dan pengalaman setempat yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam konteks Melayu, kearifan lokal tercermin dalam hukum adat yang mengatur kehidupan sosial dengan prinsip-prinsip seperti musyawarah, keadilan kolektif, dan penghormatan terhadap alam serta leluhur. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman dalam menyelesaikan konflik, tetapi juga menjaga harmoni sosial dan memperkuat identitas budaya. Kearifan lokal dalam Melayu sering diungkapkan melalui pepatah, petitih, serta prinsip adat yang menyatu dengan ajaran agama, seperti “adat bersendi syarak, syarak bersendi Kitabullah.” Dalam



praktiknya, kearifan lokal diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pengelolaan tanah ulayat, penyelesaian sengketa sosial, serta pelaksanaan upacara adat. Mekanisme penyelesaian masalah melalui adat dinilai lebih mencerminkan nilai kemanusiaan dan kedekatan sosial dibandingkan pendekatan hukum formal negara. Namun, di arus modernisasi dan globalisasi, eksistensi kearifan lokal menghadapi tantangan serius. Generasi muda cenderung semakin jauh dari pemahaman adat, sementara kebijakan kerap mengabaikan lokal yang telah lama eksis. Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptif dan kolaboratif untuk melestarikan kearifan lokal dalam konteks kekinian, termasuk melalui media digital seperti Instagram yang dapat digunakan sebagai media ekspresi dan pelestarian budaya oleh generasi muda (Ilmiah et al., n.d.).

5. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis visual paling yang digunakan untuk membentuk citra diri, memperoleh validasi sosial, serta menyampaikan identitas secara visual. Dalam era digital, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto dan video, tetapi juga menjadi panggung ekspresi diri di mana pengguna dapat menampilkan gaya hidup, estetika visual, hingga representasi budaya. Dalam penelitian Situmorang & Hayati (2023), dijelaskan bahwa mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram memanfaatkan platform ini untuk menciptakan diri yang diinginkan, seperti terlihat aktif, estetik, atau inspiratif. Unggahan foto di Instagram dianggap sebagai cara strategis untuk membangun identitas dan mendapatkan pengakuan sosial, di mana jumlah likes dan komentar menjadi bentuk validasi dari lingkungan sosial digital. Teori *Dramaturgi* dari Erving Goffman dan teori *The Looking Glass Self* dari Charles Horton Cooley digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna membangun “panggung depan” untuk menampilkan versi terbaik dari dirinya di Instagram. Hal ini juga selaras dengan Teori *Uses and Gratifications*, yang menyebutkan bahwa pengguna media aktif memilih media sesuai dengan kebutuhan, termasuk untuk membentuk citra diri dan identitas sosial. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai media baru yang mampu menyampaikan nilai-nilai identitas secara visual, termasuk dalam konteks budaya lokal. Dalam penelitian ini, Instagram dipahami sebagai ruang digital yang dimanfaatkan oleh Bujang Dara untuk menampilkan eksistensinya sekaligus menyampaikan pesan-pesan kearifan lokal kepada khalayak luas (Situmorang & Hayati, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Gambar 1
Kerangka Pemikiran





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian merupakan bagian yang sangat vital dalam sebuah penelitian. Metodologi penelitian merupakan sekumpulan kegiatan, peraturan dan prosedur yang digunakan oleh peneliti pada suatu disiplin ilmu tertentu. Metode penelitian digunakan sebagai salah satu wahana untuk mendapatkan data valid dalam sebuah penelitian kualitatif. Peneliti akan menganalisis seluruh data data yang diperoleh dengan menggunakan metode penelitian yang dipilih untuk menentukan dari permasalahan penelitian. Penelitian kualitatif penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif sering kali menonjolkan perpektif subjek, proses dan makna dari penelitian tersebut dengan menggunakan landasan teori-teori sebagai dan atau pendukung agar sesuai dengan fakta fakta lapangan. Selain itu, landasan teori dimanfaatkan sebagai umum latar penelitian dan bahan pendukung pembahasan penelitian. Penelitian kualitatif menuntut penelitiannya untuk membangun sebuah yang kompleks dan (menyeluruh), menganalisis kata-kata, opini, informasi yang diperoleh dari informan (subjek) dalam latar situasi yang alamiah (natural setting) dan menyajikannya dalam sebuah laporan. Laporan tersebut merupakan hasil penelitian yang digunakan apa adanya dari data yang telah diuji keabsahan dan memenuhi kriteria kredibel (Rita Fiantika et al., n.d.)

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memperoleh informasi terkait dengan proses Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Melayu Riau Di Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi. Netnografi merupakan metode penelitian yang berkembang dari pendekatan etnografi, namun dilakukan dalam konteks Masyarakat modern yang berinteraksi melalui jaringan internet, jika etnografi tradisional berfokus pada pengamatan budaya secara langsung dilingkungan sosial nyata, maka netnografi menitikberatkan penelitian pada aktivitas budaya, komunikasi, serta interaksi sosial yang terbentuk dalam komunitas virtual atau ruang digital. Metode ini digunakan untuk memahami bagaimana individu membangun identitas, menyampaikakn pesan, serta membentuk makna melalui aktivitas komunikasi yang terjadi di media sosial (Kozinets, 2015)

Menurut Konzinets (2010), netnografi merupakan metode penelitian kualitatif yang sistematis untuk menganalisis komunitas online melalui data digital berupa teks , gambar, simbol, maupun interaksi yang terbentuk ecara natural dalam ruang internet. Netnografi tidak hanya mempelajari isi konten yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diunggah, tetapi juga mempelajari konteks sosial budaya yang melatar belakangi komunikasi digital tersebut. Oleh sebab itu, metode netnografi relevan untuk digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi budaya dan pembentukan citra diri melalui media sosial.

Pemilihan metode netnografi dalam penelitian ini didasarkan pada focus penelitian yang menelaah Bagaimana bujang dara siak membangun personal branding sekaligus memsosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal melalyu riau melalui media sosial Instagram. Instagram dipilih sebagai ruang penelitian karena merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunanya menampilkan citra diri melalui unggahan foto, video, reels, story, caption, penggunaan hashtag, serta aktivitas interaksi seperti komentar dan respon audiens. Seluruh aktivitas tersebut menunjukkan bahwa proses personal branding dan penyebaran pesan budaya lebih dominan berlangsung dalam ruang virtual, sehingga metode netnografi dianggap tepat untuk menggali fenomena tersebut secara lebih mendalam.

Melalui metode netnografi, peneliti dapat melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas akun Instagram bujang dara siak sebagai ruang ekspresi budaya dan identitas. Peneliti dapat menganalisis bagaimana simbol-simbol budaya melayu riau ditampilkan, bagaimana nilai-nilai lokal dikomunikasikan dalam bentuk narasi, serta bagaimana bentuk interaksi sosial yang tercipta antara bujang dara dan audiensnya. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana respons publik terbentuk melalui likes, komentar, dan engagement yang muncul pada setiap konten budaya yang dipublikasikan.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah ruang digital yaitu Instagram, khususnya pada akun Instagram Bujang Dara Siak yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini juga berkaitan dengan konteks sosial Kabupaten Siak sebagai wilayah asal informan. Masyarakat Riau yang dikenal kuat dengan nilai-nilai kearifan lokal Melayu, menjadikan Bujang Dara sebagai ikon budaya yang aktif dalam melestarikan nilai-nilai tersebut melalui berbagai platform media sosial, salah satunya Instagram

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Juni 2025 hingga bulan Desember 2025 yang mencakup seluruh rangkaian kegiatan pengumpulan data, mulai dari wawancara mendalam dengan informan, observasi terhadap akun Instagram Bujang Dara Siak, hingga pengumpulan dokumentasi pendukung. Rentang waktu tersebut dimanfaatkan peneliti untuk memperoleh data yang



komprehensif dan berkelanjutan, sehingga mampu menggambarkan secara utuh proses personal branding serta strategi komunikasi budaya yang dilakukan melalui media sosial.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini segala sesuatu yang menjadi tempat atau pihak peneliti dapat memperoleh informasi yang relevan dengan fenomena personal branding Bujang Dara Siak dalam melestarikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau di Instagram. Sumber data dapat berupa individu (informan), dokumen, maupun aktivitas media sosial yang dapat memberikan informasi untuk menjawab penelitian.

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Apabila peneliti melakukan wawancara atau observasi langsung, maka sumber data tersebut berupa individu yang memberikan informasi, yang disebut sebagai informan. Informan dalam penelitian ini mereka yang memiliki keterlibatan langsung atau memahami peran Bujang Dara dalam kegiatan promosi budaya melalui Instagram, seperti Bujang Dara aktif, pengelola akun Instagram Bujang Dara, Dinas Pariwisata, serta followers atau pengguna Instagram yang menjadi audiens konten budaya tersebut.

1. Data Primer

Data primer data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya, baik melalui proses wawancara, pengamatan langsung terhadap aktivitas akun Instagram Bujang Dara, maupun melalui partisipasi dalam kegiatan sosialisasi budaya yang dilakukan oleh Bujang Dara. Dalam konteks penelitian ini, data primer berkaitan langsung dengan pengalaman, persepsi, strategi komunikasi, dan bentuk-bentuk konten Instagram yang dibuat oleh Bujang Dara dalam upaya mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau.

2. Data Sekunder

Data sekunder data pendukung yang membantu peneliti dalam proses analisis dan interpretasi hasil penelitian. Data ini diperoleh dari instansi atau terkait seperti Dinas Pariwisata, Lembaga Kebudayaan, arsip promosi budaya, laporan program kerja Bujang Dara, serta dokumen-dokumen digital berupa postingan Instagram, artikel berita, jurnal penelitian, maupun dokumentasi kegiatan yang telah dipublikasikan sebelumnya. Secara umum, data sekunder ini digunakan untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap konteks sosial budaya, strategi promosi, serta efektivitas komunikasi Bujang Dara di media sosial (Rita Fiantika et al., n.d.).



D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kryantono (2022) pengumpulan data metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa umum yang lazim digunakan sebelum dan selama proses pengumpulan data lapangan. Pengumpulan data dapat diartikan sebagai suatu prosedur sistematis untuk memperoleh data empiris dari responden atau sumber data lainnya (Kriyantono, 2022).

Dalam metode netnografi, pengumpulan data dilakukan dengan mengamati aktivitas budaya dan komunikasi yang berlansung diruang digital. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi Partisipatif Online

Observasi dilakukan dengan cara mengamati akun Instagram Bujang Dara Siak. Termasuk aktivitas unggahan serta bentuk komunikasi yang dibangun melalui fitur Instagram. Observasi ini dilakukan secara sistematis dengan mencatat pola konten budaya, konsistensi unggahan, penggunaan symbol budaya, serta strategi komunikasi yang digunakan.

Dalam netnografi, observasi online menjadi inti penilaian karena memungkinkan peneliti memahami perilaku komunikasi digital yang autentik tanpa mengubah situasi sosial yang terjadi.

Observasi dalam penelitian kualitatif merupakan metode dasar yang penting untuk memahami situasi sosial secara langsung. Sejak tahap awal penelitian, peneliti sudah melakukan observasi awal atau grand tour observation untuk mendapatkan gambaran umum mengenai konteks penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif, di mana peneliti tidak hanya mengamati, tetapi juga berinteraksi langsung dengan subjek penelitian. Melalui teknik ini, peneliti dapat melihat secara langsung aktivitas, perilaku, proses komunikasi, dan berbagai bentuk interaksi yang relevan dengan tema penelitian. Peneliti mengamati:

- a. Foto dan video yang diunggah
- b. Caption yang berisi pesan budaya
- c. Penggunaan symbol budaya
- d. Konsistensi konten
- e. Interaksi dengan pengikut (like, komentar, story).

Observasi dilakukan dengan mencatat dan menganalisis data yang digunakan instrument observasi berupa lembar analisis konten yang dirancang untuk mengidentifikasi bentuk personal branding, jenis konten budaya, serta pola komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram Bujang Dara Siak. Melalui instrumen ini, peneliti dapat mengamati secara sistematis visual unggahan, narasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



caption, frekuensi posting, serta interkasi dengan audiens guna memperoleh gambaran nyata mengenai praktik komunikasi budaya di media sosial.

2. Informan Penelitian

Penentuan informan menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Jumlah informan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak empat orang bujang dara siak yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. kriteria informan meliputi:

- a. Bujang atau Dara Siak yang aktif periode terbaru
- b. Menggunakan Instagram secara aktif untuk kegiatan budaya.
- c. Memiliki konten yang menampilkan nilai-nilai kearifan lokal melayu Riau.

Daftar Informan Penelitian :

Tabel 3.1

| Nama | Akun Instagram | Status | Jumlah Postingan | Jumlah Followers | Alasan Pemilihan Informan |
|-------------------|--------------------|-------------|------------------|------------------|---|
| Nimatul Auliya | @nimatulauliyaa | Dara Siak | 36 | 2.444 | Aktif mengunggah konten budaya Melayu Riau, mengikuti berbagai kegiatan pariwisata Siak, serta menampilkan personal branding yang konsisten di Instagram. |
| Naafia Malia Sari | @naafiamaliasari | Dara Siak | 33 | 3.351 | Konsisten membagikan foto dan video bertema budaya Melayu serta konten edukatif terkait pariwisata dan tradisi lokal di Instagram. |
| Muhammad Farhan | @muhammadfarhaannn | Bujang Siak | 46 | 3.801 | Menampilkan peran sebagai duta budaya melalui postingan kegiatan resmi, penggunaan budaya Melayu, dan interaksi di Instagram. |
| Rafi Alfansori | @rafi_alfansori | Bujang Siak | 25 | 1.972 | Menggunakan Instagram untuk mempromosikan budaya, acara adat, dan aktivitas Bujang Dara Siak sehingga relevan dengan penelitian. |



3. Dokumentasi Digital

Dokumentasi adalah sumber data sekunder yang penting dalam penelitian ini. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai bahan tertulis, arsip, foto, catatan program kerja, unggahan media sosial, dan dokumen lain yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen-dokumen ini biasanya sudah tersedia di instansi atau lembaga yang berkaitan, bukan disiapkan secara khusus untuk peneliti. Melalui studi dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data pendukung yang memperkuat hasil wawancara dan observasi, sehingga temuan penelitian menjadi lebih valid dan faktual. Mengumpulkan data berupa:

- a. Screenshot postingan instagram
- b. Dokumentasi acara budaya yang diikuti Bujang Dara
- c. Artikel dan berita terkait.

4. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu utama dalam pengumpulan data kualitatif. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam dari partisipan dalam berbagai situasi dan konteks. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan langsung kepada informan dalam suasana tatap muka, sehingga memungkinkan partisipan untuk menyampaikan jawaban secara lebih terbuka dan terperinci. Oleh karena itu, wawancara digunakan agar peneliti memperoleh informasi yang lebih spesifik dan mendalam sesuai dengan kebutuhan penelitian. Namun demikian, hasil wawancara perlu diuji validitasnya dengan melakukan triangulasi data dari sumber lain.

Wawancara dilakukan dengan bujang dara siak untuk dapat memperoleh informasi secara mendalam mengenai:

- a. proses membangun personal branding
- b. Strategi komunikasi budaya melalui Instagram
- c. Pemahaman terhadap kearifan lokal melayu riau
- d. Tujuan dan dampak dari konten yang unggah

Wawancara menggunakan pedoman terbuka agar peneliti dapat menggali jawaban informan secara lebih luas dan mendalam, untuk menyesuaikan pertanyaan dengan konteks dan perkembangan informasi yang muncul selama proses wawancara.

E. Validitas Data

Validitas data adalah proses untuk menguji kebenaran dan ketepatan data atau informasi yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Proses ini sangat berkaitan erat dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam upaya memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis permasalahan penelitian. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka proses validitas data harus benar-benar akurat, sah, dan didukung oleh bukti empiris yang kuat serta tidak direayasa. Dalam konteks penelitian kualitatif, validitas dan reliabilitas lebih dikenal dengan istilah keabsahan data, yaitu sejauh mana instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini dapat dipercaya dan menghasilkan data yang sesuai dengan realitas lapangan. Untuk menjaga validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data, yaitu melakukan pemeriksaan silang terhadap jawaban informan dengan membandingkannya terhadap data empiris yang ditemukan di lapangan. Dalam upaya meningkatkan keabsahan data, peneliti akan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Triangulasi sumber, membandingkan informasi dari:

- a. Bujang Dara Siak
- b. Dokumentasi dan konten Instagram

Triangulasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat kepercayaan data, yaitu dengan memeriksa dan membandingkan data dari berbagai sumber menggunakan beragam teknik serta dilakukan dalam waktu yang berbeda-beda. Selain itu, triangulasi juga digunakan untuk menguji konsistensi metode, baik melalui penggabungan teknik seperti observasi lapangan dengan wawancara, maupun dengan menggunakan metode yang sama namun melibatkan beberapa informan yang diwawancarai dalam rentang waktu tertentu. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan data yang diperoleh dalam penelitian ini benar-benar valid, terpercaya, dan mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan (Kriyantono, 2022).

F. Teknik Analisis Data

Sifat utama analisis dalam penelitian kualitatif adalah menguraikan fenomena yang terjadi secara apa adanya (*deskriptif*) dan memberikan makna atau penafsiran atas makna yang tersembunyi di balik fakta yang tampak (*interpretatif*). dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ditemukan di lapangan serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Proses analisis dimulai setelah seluruh data yang diperlukan berhasil dikumpulkan.

Langkah akhir dalam analisis data adalah melakukan pemeriksaan terhadap keabsahan data, untuk memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar mewakili realitas di lapangan. Karena sifat penelitian ini adalah kualitatif, maka seluruh data yang diperoleh melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi akan dianalisis secara kualitatif dan dipaparkan dalam bentuk uraian (Kriyantono, 2022)

Dalam proses analisis data kualitatif ini, peneliti mengikuti tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi data
Reduksi data adalah proses menyaring, memfokuskan perhatian, mengorganisasi, merangkum, dan mentransformasikan data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Tahapan ini dilakukan secara berkelanjutan sejak awal proses penelitian hingga selesai, bahkan dimulai sejak sebelum data benar-benar terkumpul sepenuhnya. Reduksi data didasarkan pada kerangka konseptual yang telah disusun oleh peneliti sebelumnya.
2. Penyajian data
Penyajian data adalah proses mengorganisasi dan menyusun informasi yang telah direduksi dalam bentuk yang sistematis, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil keputusan. Bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa berupa narasi deskriptif, catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan hubungan, atau bagan. Penyajian data ini membantu peneliti melihat gambaran keseluruhan tentang fenomena yang diteliti, serta mengevaluasi apakah kesimpulan yang dibuat sudah sesuai atau perlu dianalisis kembali.
3. Penarikan Kesimpulan
Penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti secara terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung di lapangan. Sejak tahap awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari pola, makna, hubungan sebab-akibat, dan konfigurasi yang mungkin muncul dari data. Seluruh temuan yang diperoleh akan diverifikasi secara berkala melalui refleksi ulang, peninjauan catatan lapangan, diskusi dengan rekan sejawat, serta pengecekan silang antar data. Hal ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan antar peneliti (intersubjektivitas) dan memastikan keabsahan hasil penelitian.
4. Kesimpulan umum.
Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa proses pengumpulan data dan analisis dalam penelitian kualitatif bersifat interaktif dan berlangsung secara simultan. Analisis data berjalan seiring dengan proses pengumpulan data, sehingga data yang diperoleh dapat segera direduksi dan disusun menjadi bentuk yang lebih utuh dan terstruktur. Proses ini dilakukan secara berulang-ulang dan fleksibel, hingga akhirnya data disajikan dalam bentuk deskriptif dan ditarik kesimpulan yang kemudian diverifikasi untuk memastikan kebenarannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Bujang Dara Siak mampu mensosialisasikan nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau melalui konten Instagram yang mengandung pesan budaya, seperti nilai kesopanan, religiusitas, adat istiadat, serta kebanggaan terhadap identitas daerah. Melalui pemanfaatan Instagram sebagai media visual, proses komunikasi budaya menjadi lebih menarik, mudah diterima, dan relevan dengan perkembangan teknologi serta gaya hidup generasi muda. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam menjaga eksistensi dan relevansi kearifan lokal Melayu Riau di era globalisasi.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas fokus kajian pada aspek respon audiens terhadap konten budaya yang dipublikasikan oleh Bujang Dara Siak di Instagram. Penelitian berikutnya dapat menganalisis lebih mendalam bentuk interaksi seperti komentar, likes, share, dan tingkat engagement untuk mengetahui sejauh mana konten budaya yang disampaikan benar-benar dipahami dan diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian dengan mengamati akun Instagram resmi organisasi Bujang Dara Siak atau membandingkan personal branding duta budaya dari daerah lain. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan netnografi yang lebih komprehensif dengan meneliti penggunaan fitur Instagram seperti reels, story, hashtag, serta pola komunikasi digital sebagai strategi memperkuat eksistensi kearifan lokal Melayu Riau di era globalisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Hendra, J., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1). <https://databooks.com>
- Alberni, Ramadhani. 2022. (n.d.). *Alberni, Ramadhani. 2022. Presentasi Diri Bujang dan Dara Riau Tahun 2021. Jom FISIP, Vol. 2 No. 1, Februari. Universitas Riau.*
- Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Number 2).
- Asparingga, L. Friska. 2020. (n.d.). *Asparingga, Lala Friska. 2020. Personal Branding Ridwan Kamil Menggunakan Kearifan Lokal Silih Asah Silih Asih Silih Asuh di Instagram. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.*
- Butar Butar, C. Rafael. , & A. D. S. Fithrah. 2018. (n.d.). *Butar Butar, Christhoper Rafael., & Ali, Dini Salmiyah Fithrah. 2018. Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. PProfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 2(2), 86–101.*
- Efrida, S., Teknologi dan Bisnis Kalbis, I., Pulomas Selatan Kav, J., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Faizal, O. :, Pembimbing, A., Program, A. S., Usaha, S., Wisata -Jurusan, P., & Administrasi, I. (2019). THE ROLE OF BUJANG DARA RIAU PROVINCE. In *JOM FISIP* (Vol. 6).
- Fikri, M. K., Fathoni, T., & Sari, D. Y. (n.d.). *Special Issue (2024) Social Science Academic Pendampingan Personal Branding melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Potensi Lokal di Desa Nambangrejo Sukorejo Ponorogo.*
- Fitriani, O. :, Andi, P. :, & Arief, R. (2015). BUJANG DARA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KOTA PEKANBARU. In *Jom Fisip* (Vol. 2, Number 2).
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Tazkia Fitri, A., Mona Febriani, R., Hidayatullah, R., Harmonedi Landasan Teori, H., Relevan, P., & Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan Haura Hanifah, K. (n.d.). *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*. Retrieved <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Harirah, Z., Azwar, W., & Isril, I. (2021). MELACAK EKSISTENSI KEARIFAN LOKAL DALAM KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN SIAK DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 70. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i1.26629>
- Imiah, J., Dasar, P., Sahara, N., & Aini, N. (n.d.). *TERPADU: Kearifan Lokal dalam Sistem Hukum Adat Melayu*. Retrieved <https://pelitaaksara.or.id/index.php/terpadu/index>
- Kriyanto, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 16, Number 01). www.frans.co.id
- Moleong, L. J. (2017). (n.d.). *Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- Montoya, P. (n.d.). *P R O C E E D I N G S The Brand Called You NAME AND TITLE bio info.*
- Montoya, Peter., & Vandehey, Tim. (2002). *The personal branding phenomenon : realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. [Peter Montoya Inc.].
- Mujiyanto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK PERSONAL BRANDING. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2).
- Nasution, S. A. , & S. M. R. (2023). (n.d.). *Nasution, S. A., & Siregar, M. R. (2023). Personal branding Jaka dan Dara Kota Medan dalam mempromosikan pariwisata di Kota Medan. Jurnal Komunikasi dan Media, 7(2), 112–123.*
- Putri, A. Rahma. , & H. Rachmat. 2024. (n.d.). *Putri, Annisa Rahma., & Hidayat, Rachmat. 2024. Personal Branding Content Creator dalam Membangun Citra Diri di Media Sosial Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial, 3(1), 45–58.*
- Putri, E., & Suadnya², W. (n.d.). PENINGKATAN KEMAMPUAN PROMOSI PARIWISATA MELALUI PELATIHAN PERSONAL BRANDING BAGI MASYARAKAT DESA KUTA MANDALIKA. *Prosiding Semnaskom-Unram*, 5(1), 2023.
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyyati, S. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Retrieved www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Sanjoyo, S., Ayuningtyas, L., Ardiyanti, U., & Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Grobogan, B. (2013). Strategi Pengembangan Branding



Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Grobogan. *Sakata & Prideaux*. <https://doi.org/10.58684/paradigma.v1i2.13>

Sawaludin, S., Haslan, M. M., & Basariah, B. (2022). Eksistensi dan Peran Elit dalam Mempertahankan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Pada Masyarakat Dusun Sade Desa Rambitan Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(4b). <https://doi.org/10.29303/jipp.v7i4b.941>

Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>

Yulaichah, S. (2017). BUJANG DAN DARA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU. In *Jom FISIP* (Vol. 4, Number 1).

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

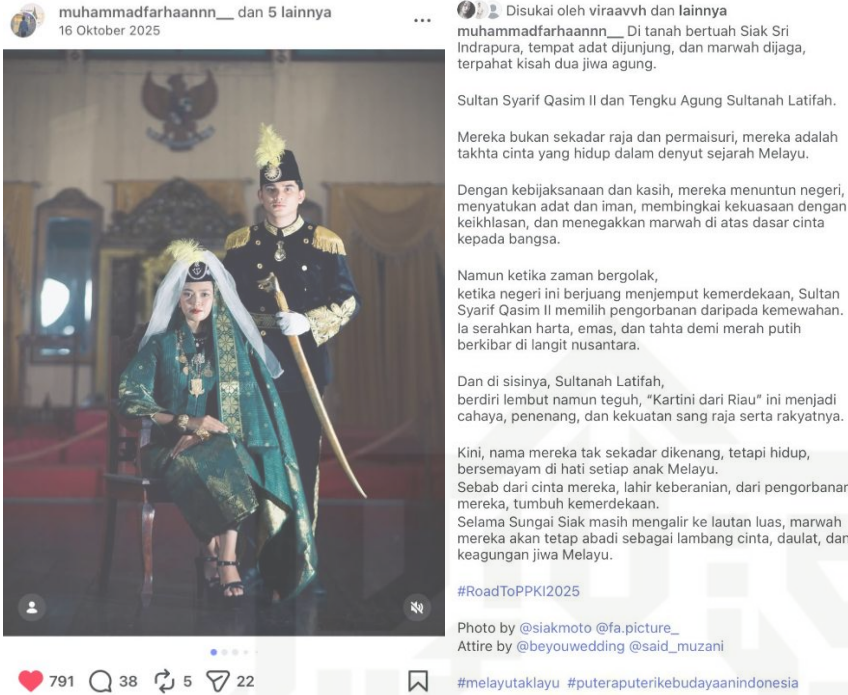
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Dokumentasi



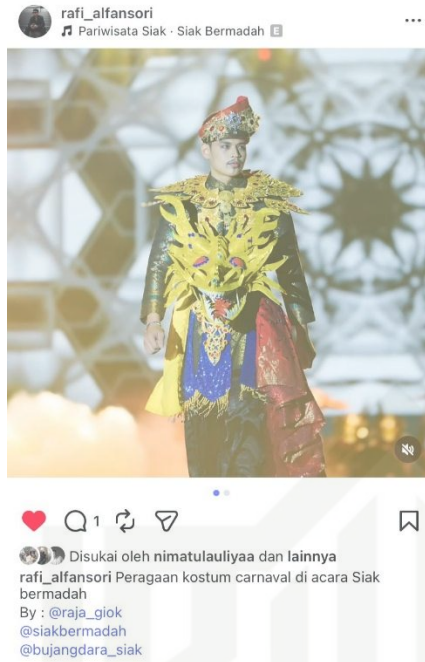
Postingan Akun Instagram @muhammadfarhaannn_ (Pakaian Kerajaan Siak)



Postingan Akun Instagram @nimatulauliyaa (Kegiatan Karnaval Budaya)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Postingan Instagram @rafi_alfansori
(Kostum Carnaval Siak)**



Wawancara Dengan Narasumber Naafi Amaliasari



Lampiran Wawancara

INSTRUMEN PEDOMAN WAWANCARA

Penelitian Kualitatif

Judul Penelitian : “Personal Branding Bujang Dara Siak Dalam Melestarikan Kearifan

Lokal Melayu Riau Melalui Instagram”

Jenis Instrumen : pedoman wawancara semi-struktur

Subjek Penelitian : bujang dara siak

Teknik Pengumpulan Data : wawancara mendalam

A. Identitas Informan

1. Nama Informan :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Jabatan/Status : Bujang/Dara Siak
5. Akun Instagram:
6. Lama Menjabat Sebagai Bujang/Dara :

B. Pedoman Wawancara Berdasarkan Indikator Personal Branding Montoya

1. Spesialisasi (speciliazation)

Pertanyaan utama:

Bagaimana anda mendefinisikan keahlian atau ciri khas yang ingin anda tonjolkan sebagai bujang/dara siak melalui instagram?

Pertanyaan pendukung:

- a. Konten budaya apa yang paling sering anda tampilkan?
- b. Apakah konten tersebut bersifat edukatif atau informatif tentang budaya melayu riau?
- c. Bagaimana peran anda dalam memperkenalkan budaya melalui media sosial?

2. Kepemimpinan (leadership)

Pertanyaan utama:

Bagaimana anda menampilkan peran kepemimpinan sebagai bujang/dara siak melalui instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan pendukung:

- a. Apakah anda pernah mengajak masyarakat atau pengikut untuk terlibat dalam kegiatan budaya?
- b. Bagai respon audiens terhadap ajakan tersebut?
- c. Nilai kepemimpinan apa yang ingin anda sampai kepada publik?

3. Kepribadian (personality)

Pertanyaan utama:

Kepribadian seperti apa yang ingin anda tampilkan di instagram sebagai bujang/dara siak?

Pertanyaan pendukung:

- a. Bagaimana anda menjaga sikap sopan dan santun dalam berkomunikasi dimedia sosial?
- b. Apakah gaya pakaian dan visual mencerminkan identitas melayu riau?
- c. Bagaimana anda menampilkan sisi personal tanpa meninggalkan nilai budaya riau?

4. Deferensiasi (distinctiveness)

Pertanyaan utama:

Apa yang menurut anda membedakan personal branding anda dengan duta budaya/pariwisata atau influencer lainnya?

Pertanyaan pendukung:

- a. Apakah anda memiliki ciri khas tertentu dalam penyampaian konten budaya?
- b. Bagaimana cara anda membuat konten budaya agar terlihat unik dan menarik?
- c. Unsur budaya apa yang paling anda tonjolkan?

5. Visibilitas (visibility)

Pertanyaan umum:

Seberapa aktif anda menggunakan instagram dalam menjalankan peran sebagai bujang/dara siak?

Pertanyaan pendukung:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Seberapa sering anda mengunggah konten terkait budaya melayu riau?
 - b. Bagaimana anda meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens?
 - c. Apakah anda aktif membalas komentar atau pesan dari pengikut?
6. Kesatuan (unity)

Pertanyaan utama:

Bagaimana anda menjaga kesesuaian antara citra yang ditampilkan di instagram dengan kehidupan nyata anda?

Pertanyaan pendukung:

 - a. Apakah citra di instagram mencerminkan diri anda yang sebenarnya?
 - b. Bagaimana anda menerapkan nilai-nilai budaya melayu dalam kehidupan sehari-hari?
 - c. Bagaimana cara anda menjaga konsistensi tersebut?
7. Keteguhan (persistence)

Pertanyaan utama:

Bagaimana anda mempertahankan personal branding sebagai bujang/dara siak dari waktu ke waktu?

Pertanyaan pendukung:

 - a. Apakah anda tetap membuat konten budaya secara konsisten?
 - b. Tantangan apa yang anda hadapi dalam mempertahankan konten budaya?
 - c. Bagaimana cara anda mengatasi kejenuhan atau hambatan tersebut?
8. Nama baik (goodwill)

Pertanyaan utama:

Bagaimana peran instagram dalam membangun reputasi anda sebagai bujang/dara siak?

Pertanyaan pendukung:

 - a. Dampak positif apa yang anda rasakan dari aktivitas di instagram?
 - b. Bagaimana respon masyarakat terhadap konten yang anda unggah?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Seberapa penting menjaga etika dan integritas dalam konten budaya?
 9. Sosialisasi kearifan lokal melayu riau
Pertanyaan utama:
Bagaimana anda memanfaatkan instagram sebagai media sosialisasi kearifan lokal melayu riau?
Pertanyaan pendukung:
 - a. Nilai atau unsur budaya apa yang paling sering anda sampaikan?
 - b. Bagaimana tanggapan audiens terhadap konten kearifan lokal tersebut?
 - c. Menurut anda, seberapa efektif instagram dalam pelestarian budaya melayu riau?
- C. Penutup
- Apakah ada hal lain yang ingin anda sampaikan terkait peran anda sebagai bujang/dara siak dalam mempromosikan budaya melayu riau melalui instagram?