



**IDENTIFIKASI *PERSONAL BRANDING* NOVELIS DI MEDIA
INSTAGRAM MELALUI AKUN @NTSANA
(PERIODE JANUARI 2020 – DESEMBER 2023)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**SOFIA LATIFATUZ ZAHRA
44222010107**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**



**IDENTIFIKASI *PERSONAL BRANDING* NOVELIS DI MEDIA
INSTAGRAM MELALUI AKUN @NTSANA
(PERIODE JANUARI 2020 – DESEMBER 2023)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**SOFIA LATIFATUZ ZAHRA
44222010107**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofia Latifatuz Zahra
NIM : 44222010107
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Identifikasi *Personal Branding* Novelis di Media Instagram Melalui Akun @ntsana (Periode Januari 2020 – Desember 2023)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Januari 2026



Sofia Latifatuz Zahra

HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN



072.423.4.03.01

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Sofia Latifatuz Zahra
NIM : 44222010107
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Dengan judul “ Identifikasi *Personal Branding* Novelis Di Media Instagram Melalui Akun @ntsana (Periode Januari 2020 – Desember 2023)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 Januari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 21%

Jakarta, 4 Januari 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

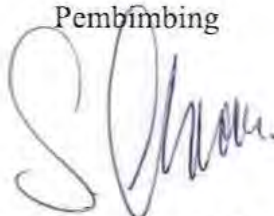
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sofia Latifatuz Zahra
NIM : 44222010107
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Identifikasi *Personal Branding* Novelis Di Media Instagram Melalui Akun @ntsana (Periode Januari 2020 – Desember 2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 28 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

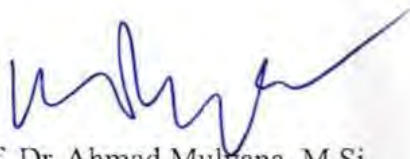


Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom
NIDN/NUPTK: 0329018104

Jakarta, 08 Februari 2026

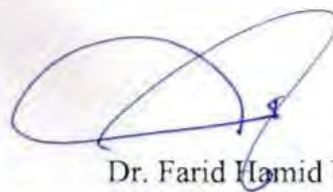
Mengetahui,

Dekan Fakultas



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana *public relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Suman Jaya, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A, M.B.A selaku ketua sidang atas waktu, perhatian, dan masukkan untuk Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Ibu Prof.dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku dosen penguji atas dedikasi dalam penyempurnaan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restanty, M.Si selaku Sekretaris Fakultas Ilmu Komunikasi, Kampus Cabang Menteng, Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh dosen Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana atas ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
10. Kepada kedua orangtua penulis, yang senantiasa memberikan support dan doa serta dukungan penuh kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
11. Terakhir, untuk teman seperjuangan penulis di dalam kampus yaitu Malik, Dinar dan di luar kampus—Rafi yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama menyusun Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Januari 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sofia', with a large, stylized initial 'S'.

Sofia Latifatuz Zahra

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofia Latifatuz Zahra
NIM : 44222010107
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Identifikasi *Personal Branding* Novelis Di Media Instagram Melalui Akun @ntsana (Periode Januari 2020 – Desember 2023)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Januari 2026

Yang menyatakan,


42D97ANX299868649

(Sofia Latifatuz Zahra)

**IDENTIFIKASI *PERSONAL BRANDING* NOVELIS DI MEDIA
INSTAGRAM MELALUI AKUN @NTSANA (PERIODE JANUARI 2020 –
DESEMBER 2023)**

SOFIA LATIFATUZ ZAHRA

ABSTRAK

Di era industri 4.0, perkembangan teknologi informasi mendorong perubahan pola komunikasi menjadi serba digital, termasuk dalam membangun *personal branding* di ruang publik. Media sosial Instagram menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan figur publik untuk membentuk persepsi audiens melalui penyampaian pesan secara konsisten. Salah satu figur publik yang aktif membangun *branding* melalui Instagram adalah Nadhifa Allya Tsana atau dikenal sebagai Tsana.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dengan mengidentifikasi pembentukan *personal branding* seorang novelis yang ditampilkan melalui media Instagram, khususnya pada akun @ntsana. Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana makna isi pesan dengan melakukan identifikasi *personal branding* novelis di media Instagram melalui akun @ntsana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi terhadap tujuh unggahan Instagram @ntsana sebagai unit analisis. Penelitian ini menggunakan konsep *personal branding* milik Peter Montoya. Adapun teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah model milik Krippendorff dengan tahapan penentuan unit analisis, pemilihan data, pencatatan/pengkodean, reduksi data, dan penarikan simpulan. Unit analisis dalam penelitian ini terdiri atas tujuh unggahan Instagram @ntsana yang dianalisis melalui unsur verbal berupa *caption*, pilihan kata, dan narasi, serta unsur nonverbal berupa visual unggahan seperti ekspresi, suasana, dan konteks aktivitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan pada unggahan Instagram @ntsana tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas *personal*, tetapi juga merepresentasikan perjalanan profesional Tsana sebagai novelis, *podcaster*, dan figur publik. Makna pesan dibangun melalui *caption* yang reflektif dan hangat serta visual yang menampilkan proses kreatif, pencapaian, kedekatan dengan audiens sehingga membentuk persepsi tertentu.

Kata Kunci: *Personal Branding*; Novelis; Analisis Isi; Instagram

**IDENTIFICATION OF NOVELIST'S PERSONAL BRANDING ON
INSTAGRAM THROUGH THE @NTSANA ACCOUNT (JANUARY 2020 –
DECEMBER 2023)**

SOFIA LATIFATUZ ZAHRA

ABSTRACT

In the era of Industry 4.0, developments in information technology have driven changes in communication patterns to become increasingly digital, including in building personal branding in the public sphere. The social media platform Instagram has become one of the platforms used by public figures to shape audience perceptions through consistent messaging. One public figure who actively builds her branding through Instagram is Nadhifa Allya Tsana, also known as Tsana.

This study aims to analyze the content of messages by identifying the formation of a novelist's personal branding as displayed through Instagram, specifically on the @ntsana account. The focus of this study is to understand the meaning of the message content by identifying the novelist's personal branding on Instagram through the @ntsana account.

This study uses a descriptive qualitative approach with content analysis of seven Instagram posts from @ntsana as the unit of analysis. This study uses Peter Montoya's concept of personal branding. The analysis technique used in this study is Krippendorff's model with the stages of determining the unit of analysis, data selection, recording/coding, data reduction, and drawing conclusions. The unit of analysis in this study consists of seven Instagram posts by @ntsana, which were analyzed through verbal elements such as captions, word choice, and narration, as well as nonverbal elements such as visual aspects of the posts, including expressions, atmosphere, and activity context.

The results of the study show that the content of messages posted on @ntsana's Instagram account not only serves as documentation of personal activities, but also represents Tsana's professional journey as a novelist, podcaster, and public figure. The meaning of the messages is constructed through reflective and warm captions and visuals that showcase the creative process, achievements, and closeness to the audience, thereby shaping a certain perception.

Keywords: *Personal Branding; Novelist; Content Analysis; Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 <i>Digital Public Relations</i>	20
2.2.3 <i>Personal Branding</i>	22
2.2.5 Instagram.....	26
2.2.6 Analisis Isi	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Unit Analisis.....	32

3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Data Primer	37
3.4.2	Data Sekunder	38
3.5	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1	<i>Profile</i> Nadhifa Allya Tsana	42
4.1.2	Rintik Sedu.....	44
4.1.3	Gambaran Umum Instagram dari Tsana	44
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Hasil Penelitian 1	46
4.2.2	Hasil Penelitian 2	48
4.2.3	Hasil Penelitian 3	50
4.2.4	Hasil Penelitian 4	52
4.2.5	Hasil penelitian 5	55
4.2.6	Hasil penelitian 6	57
4.2.7	Hasil penelitian 7	59
4.3	Pembahasan.....	61
4.3.1	Makna Isi Pesan dalam <i>Personal Branding</i> Tsana.....	61
4.3.2	Pola Pembentukan <i>Personal Branding</i>	62
4.3.3	Peran Unsur Verbal dan Nonverbal.....	63
BAB V KESIMPULAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
GLOSARIUM.....		68
DAFTAR PUSTAKA		69
Lampiran 1		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.3 Tabel Unit Analisis.....	33
Tabel 4.2.1 Tabel Hasil Analisa Penelitian 1	47
Tabel 4.2.2 Tabel Hasil Analisa Penelitian 2	49
Tabel 4.2.3 Tabel Hasil Analisa Penelitian 3	51
Tabel 4.2.4 Tabel Hasil Analisa Penelitian 4	53
Tabel 4.2.5 Tabel Hasil Analisa Penelitian 5	55
Tabel 4.2.5 Tabel Hasil Analisa Penelitian 6	57
Tabel 4.2.7 Tabel Hasil Analisa Penelitian 7	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbedaan akun Instagram Tsana dan Erisca, 29 Januari 2026 .	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Tere Liye dan Pidi Baiq, 29 Januari 2026	3
Gambar 1.3 Akun Instagram Tsana dan Erisca, 29 Januari 2026	4
Gambar 1.4 Persentase Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	7
Gambar 3.5 Komponen Teknik Analisis Data Krippendorff	39
Gambar 4.1.1 Profile Tsana	42
Gambar 4.1.2 Instagram @ntsana.....	44
Gambar 4.2.1 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 27 Januari 2020	46
Gambar 4.2.2 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 2 Desember 2020.....	48
Gambar 4.2.3 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 22 November 2021	50
Gambar 4.2.4 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 3 Desember 2021.....	52
Gambar 4.2.5 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 16 November 2022	55
Gambar 4.2.6 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 11 November 2023	57
Gambar 4.2.7 Foto dan <i>Caption</i> Unggahan Tsana, 1 Desember 2023.....	59