



***PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI
PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM***

@bittersweet_by_najla

(Analisis Framing Robert N. Entman Pada satu konten video “Emergency”)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Program Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Devi Yola Sabilah

44218010005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi Yola Sabilah
NIM : 44218010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM (Analisis Framing Robert N. Entman Pada konten video “Emergency” dalam instagram @bittersweet_by_najla)** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 19 Agustus 2022



Devi Yola Sabilah

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Yuliawati, S.Sos., M.Ikom

(Suryaning Hayati, SE, MM. M. Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Devi Yola Sabilah
NIM : 44218010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM (Analisis Framing Robert N. Entman Pada konten video “Emergency” dalam instagram @bittersweet_by_najla)**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Devi Yola Sabilah
NIM : 44218010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM (Analisis Framing Robert N. Entman Pada konten video “Emergency” dalam instagram @bittersweet_by_najla)**

Jakarta, 19 Agustus 2022

Ketua Sidang : Kurniawan P, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli : Dr Afdal Makkuraga, M.Si

(.....)

Pembimbing : Yuliawati, S.Sos., M.Ikom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM (Analisis Framing Robert N. Entman Pada konten video “Emergency” dalam instagram @bittersweet_by_najla)**

Nama : Devi Yola Sabilah

NIM : 44218010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Devi Yola Sabilah
44218010005

Personal Branding Najla Farid Bisyr Melalui akun Instagram
@bittersweetbynajla (Analisis Framing Robert N. Entman Pada satu konten video
“Emergency”)
Bibliografi : 5 Bab + 95 Hal + 2 Lampiran + 6 Buku + 16 jurnal + 2 Internet

ABSTRAK

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi Najla Farid Bisyr dalam membingkai video dengan menggunakan analisis framing model Robert N. Entman.

Analisis framing Robert N. Entman menjelaskan framing merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif melalui metode analisis framing. Kemudian unit analisis yang digunakan adalah satu video Najla Farid Bisyr pada akun Instagram @bittersweet_by_najla dengan judul “emergency” selama periode Oktober sampai dengan November 2022. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, sedangkan data sekunder berupa artikel pada website, media online, buku, dan jurnal. Teknik Analisa dalam penelitian ini menggunakan 4 usur yaitu *define problem, diagnoses causes, make moral judgment, treatment recommendations*.

Hasil analisis dengan menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman, pada satu konten Instagram @bittersweet_by_najla dengan judul “emergency” pada periode Oktober-November 2022, Najla Farid Bisyr membangun personal branding sebagai pengusaha Kreatif dalam membuat konten yang dipublikasikan di media sosial.

Kata Kunci : *Konstruksi sosial, Framing , Personal Branding, bittersweetbynajla, Instagram .*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Study in Public Relations
Devi Yola Sabilah
44218010005

Personal Branding Najla Farid Bisyr Through @bittersweetbynajla Instagram account (Robert N. Entman's Framing Analysis On "Emergency" video content)
Bibliography : 5 Chapters + 79 Things + Appendix + 6 Books + 16 journals + 2 Internet

ABSTRACT

Instagram has become one of the popular social media used by the public. This study aims to find out how Najla Farid Bisyr constructed in framing the video using Robert N. Entman's model framing analysis.

Robert N. Entman's framing analysis explains framing is a process of selection of various aspects of reality so that a certain part of the event is more prominent than other aspects.

This research uses the constructivism paradigm, with a qualitative approach through the framing analysis method. Then the analysis unit used is Najla Farid Bisyr's video on the Instagram account @bittersweet_by_najla during the period of October to November 2022. Primary data collection techniques are carried out using observation techniques, while skunder data is in the form of articles on websites, online media, books, and journals. Analytical techniques in this study used 4 usur, namely define problems, diagnoses causes, make moral judgment, treatment recommendations.

The results of the analysis using Robert N. Entman's framing analysis method, on one Instagram content @bittersweet_by_najla the period of October-November 2022, Najla Farid Bisyr built personal branding as a Creative entrepreneur in creating content published on social media.

Keywords : *Social construction, Framing, Personal Branding, bittersweetbynajla, Instagram .*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa saya panjatkan ke hadirat Jakarta Yang Maha Esa karena atas berkat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“PERSONAL BRANDING NAJLA FARID BISYIR SEBAGAI PEMBUAT CAKE MELALUI INSTAGRAM @bittersweet_by_najla (Analisis Framing Robert N. Entman Pada satu konten video “Emergency”)**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi Tugas Akhir Skripsi, banyak bantuan dan hal baru yang di peroleh dalam penyusunan proposal ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berjasa memberikan motivasi serta dukungan dalam rangka menyelesaikan skripsi ini, baik dukungan moral maupun materi, antara lain penulis tunjukan kepada :

1. Yuliawati, S.Sos., M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, berbagi ilmu, memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Suryaning Hayati, SE, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Dosen Pengampu mata kuliah

Riset Komunikasi atas bimbinganya, saran dan motivasi yang diberikan.

5. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, untuk semua ilmu serta pengajarannya selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
8. Orangtua tercinta saya alm Ayah saya bernama Defri dan kepada alm Ibu saya Bernama Neni yang telah memberikan banyak pembelajaran semasa hidupnya sehingga memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsinya dengan baik. Tidak lupa juga untuk nenek saya yang telah memebrikan banyak pembelajaran dari kecil hingga saat ini, serta dukungan baik secara moral maupun material sehingga penulis dapat melewati setiap hambatan dan rintangan dari awal perkuliahan hingga akhir. Serta tidak lupa juga untuk adik saya tercinta yang selalu memberikan saya semangat untuk bangkit , serta memberikan canda dan tawa yang dapat menghibur saya dikala stress. Kepada bagian anggota keluarga lainnya yaitu om neman dan tante odiah, faliha, zapira yang turut membantu menyelesaikan kendala yang terjadi selama perkuliahan, memberikan semangat serta kekuatan kepada penulis.
9. My Support System, Kaisar Chaer terimakasih banyak sudah menemani perjalanan perkuliahan penulis dari awal hingga sampai saat ini,

terimakasih juga atas bantuan, pembelajaran serta support yang tiada henti sehingga penulis dapat tetap bersemangat dan tidak menyerah.

10. Teman sejati dan seperjuangan saya Diana Alivia, Dinda Azzahra, Amanda Lestari, Anggi Nurhayati, Vioresta yang telah menemani, memberikan canda tawa, memberikan bantuan, serta memberikan banyak pembelajaran semasa perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan program studi Public Relations angkatan 2018
12. Serta teman saya Geby, Rere, Felia, Vira yang selalu menghibur dan menemani saya.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan untuk membalas semua kebaikan bapak dan ibu dari semua jasa jasa yang sudah turut membantu membimbing kami dalam menyelesaikan skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2022



Devi Yola Sabilah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Komunikasi	22
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	22
2.2.3 <i>Public Relations</i>	22
2.2.4 Kaitan Penelitian dengan konteks Komunikasi/PR	23
2.2.5 <i>Personal Branding</i>	24
2.2.6 Konstruksi Sosial	29
2.2.7 Media Sosial	37
2.2.8 Analisis Framing	41
2.2.9 Analisis Framing Menurut Robert N. Entman	46
2.2.10 Kaitan Framing dengan Public Relations	48

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	51
3.1 Pradigma Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.3 Unit Analisis	53
3.4 Sumber Data	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Najla Farid Bisyr	56
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi Penemuan	61
4.2.2 Hasil Analisa Data	61
4.2.3 Hasil Analisis Data	64
4.3 Pembahasan Penelitian	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Akademis.....	87
5.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Table 2.2 Table unsur Framing Media Versi Entman (Eriyanto, 2011:22)	45
Table 3.1 Berita Emergency Priode Oktober 2020 – November 2022 diinstagram @bittersweet_by_najla	53
Table 4.1 Berita Emergency Priode Oktober 2020 – November 2020 diinstagram @bittersweet_by_najla	61
Table 4.2 Analisis Video	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @bittersweet_by_najla	7
Gambar 4.1 Screen Shoot tampilan postingan instagram @bittersweet_by_najla	56
Gambar 4.2 Screen Shoot video najla judul emergency di instagram @bittersweet_by_najla	62
Gambar 4.3 Screen Shoot video najla judul emergency diinstagram @bittersweet_by_najla	63
Gambar 4.4 Screen Shoot Caption Postingan video najla judul emergency di instagram @bittersweet_by_najla.	63
Gambar 4.5 Screen Shoot Dialog video najla judul emergency di instagram @bittersweetbynajla	70
Gambar 4.6 Screen Shoot Diaglog Video Najla Farid Bisyr pada kolom komentar Video “Emergency”	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Bukti Screenshot Video Instagram @Bittersweet_By_Najla	91
LAMPIRAN 2 Curriculum Vitae	95

