



**ANALISIS ISI KUALITATIF
PADA PERIODE AGUSTUS 2021 – DESEMBER 2021
DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRAND*
(*PERSONAL BRAND* NAJWA SHIHAB MELALUI AKUN
INSTAGRAM @NAJWASHIHAB)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
Disusun Oleh
MERCU BUANA
Afif Lutfi Umpuan

44219010037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afif Lutfi Umpuan

NIM : 44219010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif Pada Periode Agustus 2021-Desember 2021 Dalam Membentuk *Personal Brand* (*Personal Brand* Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @najwashihab)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Januari 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Afif Lutfi Umpuan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Afif Lutfi Umpuan


NIM : 44219010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif Pada Periode Agustus 2021-Desember 2021 Dalam Membentuk *Personal Brand* (*Personal Brand* Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @najwashihab)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si. ()

NIDN : 0310016901

Ketua Penguji : Dr. Enjang Pera Irawan, M.Si. ()

NIDN : 0322028702

Penguji Ahli : Novi Erlita, S.Sos., M.A. ()

NIDN : 0309118502

Menyetujui Ketua Bidang Studi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom.

Jakarta, Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan begitu banyak rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul '**Personal Brand Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @najwashihab (Analisis Isi Kualitatif Pada Periode Agustus 2021 – Desember 2021 dalam Membentuk Personal Brand)**'. Tugas Akhir Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam sebuah penelitian tidak terlepas dari berbagai kesalahan dan kekurangan dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Tanpa adanya bimbingan dan dukungan tersebut, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat terwujud sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi. Terima kasih telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan dan begitu banyak ilmu pengetahuan yang berguna dan bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu untuk memberikan begitu banyak bimbingan, ilmu pengetahuan dan perhatian kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Mercu Buana.

6. Ibu Anindita, S.Pd., M.I.Kom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
7. Seluruh dosen bidang studi *Public Relations* yang tidak dapat penulis sebutkan secara satu persatu. Terima kasih telah meluangkan waktu dan bersabar dalam membimbing, mengajarkan, memberikan banyak ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
8. Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terima kasih telah membantu penulis dalam mengurus dan menyelesaikan segala urusan administrasi.
9. Bapak Arif Santosa, mama Dewi Feberwati, uni Ade Vidia Anisa Chaniago dan uda Ezra Januar Putra yang selalu mendampingi, menjadi penyemangat, pemberi motivasi dan yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil kepada penulis selama ini.
10. Sahabat luar biasa Putri Nurul Aini, Nadya dan Arsyika Mutia Damayanti. Terima kasih telah menjadi teman pertama penulis ketika menjadi mahasiswa Universitas Mercu Buana.
11. Sahabat luar biasa dari “Keraton 4ever” yang terdiri dari Syafa Rizkita, Stefani Laurensia, Tasya Aprilia, Sesilia Dea Ramadhani, Muklas Adi Saputra, Putri Nurul Aini dan Nadya. Terima kasih “geng keraton” yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dorongan serta canda tawa kepada penulis selama menjalankan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
12. Sahabat luar biasa dari “TA Semester 7” yang terdiri dari Rio Rizki Hamman Jatim, Aretha Aulia Handini, Putri Nurul Aini, Nadya, Nabillah Amanda dan Annisa Marshaluna Syifa. Terima kasih atas segala motivasi, semangat dan menjadi tempat untuk bertukar pikiran selama menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

13. Sahabat luar biasa Ahmad Ikhsan Raditya dan Riska Amanda. Terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga bagi penulis yang selalu ada untuk membantu, memberikan motivasi dan menjadi tempat untuk berbagi senang serta penat selama menjadi mahasiswa Universitas Mercu Buana.
14. Teman-teman bidang studi *Public Relations*. Terima kasih untuk persaudaraan yang terjalin selama ini, semoga segala harapan, doa dan cita-cita kita semua dapat terwujud.
15. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
16. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berusaha dengan keras untuk berjuang melawan rasa malas demi masa depan jelas, salah satunya yakni dengan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Tetap semangat, jangan pernah mencoba untuk menyerah, lawan rasa takut dan lakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna terutama bagi penulis dan pembaca khususnya pada bidang *Public Relations*. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan, penggunaan kata dan kesalahan penulisan dalam skripsi ini.

Jakarta, 10 Januari 2023

Afif Lutfi Umpuan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Afif Lutfi Umpuan

NIM : 44219010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif Pada Periode Agustus 2021-Desember 2021 Dalam Membentuk *Personal Brand* (*Personal Brand* Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @najwashihab)

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2023
Yang menyatakan,



Afif Lutfi Umpuan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Akademis	9
1.4.2 Praktis	10
1.4.3 Sosial	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoretis	18
2.2.1 <i>Public Relations</i>	18
2.2.2 <i>Personal Brand</i>	19
2.2.3 Komunikasi Verbal dan Nonverbal	30
2.2.3 Media Sosial.....	35
2.2.3.1 Instagram	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38

3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Definisi Operasional	43
3.4 Unit Analisis	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Najwa Shihab	52
4.1.2 Profil Media Sosial Instagram Najwa Shihab	53
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Hasil Penelitian 1	57
4.2.2 Hasil Penelitian 2	62
4.2.3 Hasil Penelitian 3	68
4.2.4 Hasil Penelitian 4	74
4.2.5 Hasil Penelitian 5	80
4.3 Pembahasan	85
4.3.1 Pembahasan Hasil Penelitian 1	85
4.3.2 Pembahasan Hasil Penelitian 2	92
4.3.3 Pembahasan Hasil Penelitian 3	100
4.3.4 Pembahasan Hasil Penelitian 4	109
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian 5	117
4.3.6 Kesimpulan Hasil Penelitian	125
4.3.7 Keterkaitan Pembentukan <i>Personal Brand</i> Dengan Konsep <i>Public-Relations</i>	129
4.3.8 Keterkaitan Pembentukan <i>Personal Brand</i> Dengan Delapan Konsep Utama Pembentukan <i>Personal Brand</i> Peter Montoya	129
4.3.9 Keterkaitan Pembentukan <i>Personal Brand</i> Dengan Komunikasi Verbal dan Nonverbal	130

4.3.10 Keterkaitan Pembentukan <i>Personal Brand</i> Dengan Media Sosial	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	133
5.2.1 Saran Akademis	133
5.2.2 Saran Praktis	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	138



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Analisa Penelitian 1	57
Tabel 4.1.1 Alasan Pendukung Analisa Penelitian 1	58
Tabel 4.1.2 Hasil Analisa Penelitian 1	59
Tabel 4.2 Analisa Penelitian 2	62
Tabel 4.2.1 Alasan Pendukung Analisa Penelitian 2	64
Tabel 4.2.2 Hasil Analisa Penelitian 2	65
Tabel 4.3 Analisa Penelitian 3	68
Tabel 4.3.1 Alasan Pendukung Analisa Penelitian 3	70
Tabel 4.3.2 Hasil Analisa Penelitian 3	71
Tabel 4.4 Analisa Penelitian 4	74
Tabel 4.4.1 Alasan Pendukung Analisa Penelitian 4	75
Tabel 4.4.2 Hasil Analisa Penelitian 4	77
Tabel 4.5 Analisa Penelitian 5	80
Tabel 4.5.1 Alasan Pendukung Analisa Penelitian 5	81
Tabel 4.5.2 Hasil Analisa Penelitian 5	83
Tabel 4.3.6 Kesimpulan Hasil Penelitian	128

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet dan Pengguna Media Sosial Aktif2
Gambar 1.2 Presentase Jumlah Pengguna Media Sosial Per Aplikasi4
Gambar 1.3 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab5
Gambar 1.4 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab7
Gambar 1.5 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab55
Gambar 1.6 Akun Media Sosial Instagram Najwa Shihab56
Gambar 1.7 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab57
Gambar 1.8 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab62
Gambar 1.9 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab68
Gambar 2.1 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab74
Gambar 2.2 Unggahan Foto dan Caption Foto Najwa Shihab80

