



**PERSONAL BRANDING NAJWA SHIHAB DALAM VLOG CATATAN  
NAJWA DI YOUTUBE**

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Widi Hadi Astuti

44216010078

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Widi Hadi Astuti  
NIM : 44216010078  
Bidang Studi : Public Relations  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **PERSONAL BRANDING NAJWA SHIHAB DALAM VLOG CATATAN NAJWA DI YOUTUBE** adalah murni hasil penelitian dan pemikiran saya untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan berdasarkan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.  
Demikianlah surat ini saya buat dengan sebesar-benamya.

Jakarta, 7 September 2021

Yang membuat pernyataan



Widi Hadi Astuti

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, S.E, MM, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, S.E, MM, M.Ikom)



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di Youtube  
Nama : Widi Hadi Astuti  
NIM : 44216010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 7 September 2021

Mengetahui,  
**Pembimbing**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Suryaning Hayati, S.E, MM, M.Ikom



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di Youtube

Nama : Widi Hadi Astuti

NIM : 44216010078

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations



Jakarta, 7 September 2021

**Ketua Sidang,**

Dr. Juwono Tri Atmojo M.Si

(... ..)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Penguji Ahli,**

Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom

(.....)

**Pembimbing,**

Suryaning Hayati, S.E, MM., M.Ikom

(.....)



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Judul : Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di Youtube  
Nama : Widi Hadi Astuti  
NIM : 44216010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 7 September 2021  
Disetujui dan diterima oleh :

**Pembimbing**

(Suryaning Hayati, S.E, MM, M.IKOM)

**Ketua Bidang Studi  
Public Relations**

(Suryaning Hayati, S.E, MM, M.IKOM)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

**Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Widi Hadi Astuti

44216010078

Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di Youtube

Jumlah Halaman : 98 Halaman

Bibliografi : 22 buku referensi + 23 Jurnal

### ABSTRAK

Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di YouTube Sosok Najwa Shihab memiliki banyak prestasi dibidang jurnalistik personal branding Najwa Shihab dalam benak khalayak Vlog Catatan Najwa memiliki resepsi yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui personal branding Najwa Shihab melalui Vlog Catatan Najwa di YouTube.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis, metode yang digunakan studi kasus deskriptif dengan menggunakan proses pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan landasan teori *personal branding* McNally, *The Medium is The Massage*, *Selective Influence (Selective Exposure)*.

*Personal Branding* Najwa Shihab meliputi 3 karakteristik, khas; Cerdas, Politikus, Perfectionis, Pintar, Jujur, Ambisius, Tegas, Kritis, Inspiratif, Mandiri, Berani. Relevan; Background jurnalis, Memposisikan dirinya sebagai masyarakat, Mewakili aktivis dalam beropini, Faktor keluarga, Faktor pendidikan, Faktor pendidikan, Faktor Pertemanan Menginterpretasikan citra baik, Menjunjung tinggi keadilan. Konsisten; . Najwa Shihab dikenal sebagai salah satu jurnalis senior di tanah air kesuksesannya dalam memandu program acaranya di televisi sehingga perjalanan karir Najwa Shihab membawanya pada titik perubahan dan memiliki pengaruh di dunia yang tekuninya yakni jurnalistik konsistensi Najwa Shihab untuk mengembangkan personal brandingnya menjadi pokok yang sangat kuat Najwa Shihab semakin banyak dikenal banyak orang dan kagumi. *The Medium is The Massage* pesan media YouTube mengenai personal branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa. *Selective Exposure personal branding* Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

**Kata Kunci :** *Personal Branding, The Medium is The Massage, Selective Exposure, Najwa Shihab*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Faculty of Communication

Universitas Mercu Buana

Widi Hadi Astuti

44216010078

Najwa Shihab's Personal Branding in Najwa's Vlog on Youtube.

Number of Pages : 94 Pages + xlvii attachments

Bibliography : 22 reference books + 23 journals

### ABSTRACT

Najwa Shihab's Personal Branding in the Vlog of Najwa's Notes on YouTube The figure of Najwa Shihab has many achievements in the field of journalism, Najwa Shihab's personal branding in the minds of the audience. This study aims to determine the personal branding of Najwa Shihab through the Vlog of Najwa's Notes on YouTube.

This research is qualitative by using constructivist paradigm, the method used is descriptive case study using interview and documentation data collection process. This research uses McNally's personal branding theory, The Medium is The Message, Selective Influence (Selective Exposure).

Personal Branding Najwa Shihab includes 3 characteristics, distinctive; Intelligent, Politician, Perfectionist, Smart, Honest, Ambitious, Assertive, Critical, Inspirational, Independent, Courageous. Relevant; Journalist background, Positioning himself as a community, Representing activists in opinion, Family factors, Education factors, Education factors, Friendship factors Interpreting a good image, Upholding justice. Consistent; . Najwa Shihab is known as one of the senior journalists in the country for his success in guiding his television programs so that Najwa Shihab's career journey has brought him at a turning point and has an influence in the world he is engaged in, namely Najwa Shihab's consistent journalism to develop his personal branding into a very strong point Najwa Shihab more and more people know and admire. The Medium is The Message YouTube media message about Najwa Shihab's personal branding in Najwa's Vlog Notes. Selective Exposure of Najwa Shihab's personal branding in the Vlog of Najwa's notes that affect everyday life.

Keywords: Personal Branding, The Medium is The Message, Selective Exposure, Najwa Shihab

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala anugrah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di Youtube”**.

Tugas Akhir ini ditulis sebagai syarat untuk Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan arahan, bimbingan serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih dengan tulus penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, S.E, MM, M.Ikom selaku dosen pembimbing
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati,, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Uninvestitas Mercu Buana
3. Ibu Suryaning Hayati, S.E, MM, M.Ikom selaku Kepala Bidang Studi Public Relations
4. Bapak Radityo Muhammad, SH, M.A selaku teman diskusi mengenai penelitian ini.
5. Mama Tercinta Iha Ajiastuti dan bapak Andi, My Twins Dina & Dini yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta doa.
6. Seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dan motivasi secara terus menerus.
7. Seluruh teman-teman Public Relations yang sudah bersama berjuang menyelesaikan perkuliahan ini dengan sangat baik.
8. Para Informan yang mengizinkan saya untuk melakukan wawancara penelitian.
9. Dan seluruh pihak yang selalu memberikan support tenaga dan Doa yang pastinya membantu dalam penyelesaian penelitian ini



Tugas akhir ini diselesaikan dengan semaksimal mungkin dan penulis berharap semoga karya tulis ini dapat mengantarkan ilmu dan pengetahuan yang lebih luas kepada pembaca. Penulis menyatakan tugas akhir ini sempurna dengan kekurangannya.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Widi Hadi Astuti



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Akademis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Review Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 <i>New Media</i> .....	22
2.2.2 <i>YouTube</i> .....	24

2.2.3 Video Blog .....	25
2.2.4 Public Relations .....	26
2.2.5 Personal Branding .....	28
2.2.6 Selective Influence .....	31
2.2.7 The Medium is The Message .....	32
2.2.8 Klasifikasi Generasi Y dan Z .....	33
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Primer .....	40
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	42
3.6.1 Trianggulasi.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Profile Najwa Shihab .....	45
4.1.2 Perjalanan Karir Najwa Shihab .....	46
4.1.3 Catatan Najwa .....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Bagaimana Personal Branding Najwa Shiab melalui Vlog Catatan Najwa di YouTube.....	48
4.2.2 Bagaimana Kaitan Terpaan Personal Branding Najwa Shihab melalui Vlog Catatan Najwa .....	57

4.2.3	Bagaimana Pesan Media YouTube mengenai Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa.....	61
4.3	Pembahasan.....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran.....	71
5.2.1	Saran Akademis .....	71
5.2.2	Saran Praktis.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prestasi 2020 Najwa Shihab menjadi Perempuan Paling dikagumi di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Konten untuk Adek-adek yang Lulus Tahun 2020-Catatan Najwa .....	5
Gambar 1.3 Konten Catatan Najwa bersama Maudy Ayunda .....	6
Gambar 4.1 Najwa Shihab dalam Kanal YouTube .....	45



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Ikhtisar Kriteria dan Tekning Pemeriksaan Keabsahaan Data.....	43
Tabel 4.1 Personal Branding Najwa Shihab dalam Vlog Catatan Najwa di YouTube.....	66

