



**ANALISIS VERBAL DAN NON VERBAL AKUN INSTAGRAM
@SUSIPUDJIASTUTI115 SEBAGAI BENTUK PERSONAL BRANDING**

(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

HAYATUN NUFUS

44216110062

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Hayatun Nufus

44216110062

Analisis Verbal Dan Non Verbal Akun Instagram @Susipudjiastuti115 Sebagai Bentuk Personal Branding (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

Bibliografi: 5 BAB + 105 Halaman

ABSTRAK

Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet bisa berinteraksi secara *real time*, salah satunya media sosial Instagram. Melalui media ini, seseorang bisa bertukar informasi secara cepat, menyalurkan ide kreatif melalui foto maupun video, menjadikannya sebagai media promosi, serta membentuk citra diri. Penggunaan media sosial Instagram dapat membentuk citra diri positif maupun negatif, dengan citra diri yang ditampilkan di media sosial Instagram seseorang dapat dikenal publik lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* yang dibangun @susipudjiastuti115 di akun Instagram, dan untuk mengetahui makna unggahan akun Instagram @susipudjiastuti115.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivis, dengan metode analisis semiotika Ferdinand De Saussure, dimana tanda disusun dari dua elemen, yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yaitu aspek citra tentang bunyi (seperti kata atau representasi visual) dan konsep, dimana sebuah citra bunyi disadarkan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah foto dalam akun Instagram @susipudjiastuti115. Teknik Analisis data dilakukan melalui seleksi, klasifikasi, analisis, interpretasi dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian *personal branding* yang dibangun Susi Pudjiastuti melalui unggahan foto di akun Instagramnya adalah sebagai seseorang yang memiliki rasa nasionalisme yang tinggi, sederhana dan apa adanya, nyentrik, sosok yang inspiratif, dan seseorang yang menyukai olah raga laut (*paddle*). Analisis dari foto yang terdapat di akun Instagram @susipudjiastuti115, memiliki makna untuk memperkuat *personal branding* Susi Pudjiastuti sebagai tokoh publik di media sosial, khususnya Instagram. Susi membentuk persepsi masyarakat melalui aspek-aspek yang dimilikinya, seperti: kepribadian, kemampuan, dan nilai-nilai yang menimbulkan persepsi positif dari masyarakat, sehingga dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

Kata kunci: Personal Branding, Semiotika, Analisis, Ferdinan De Saussure



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Study Program Public Relations
Hayatun Nufus
44216110062

Verbal and Non-Verbal Analysis Instagram Account @Susipudjiastuti115 As a Form of Personal Branding (Ferdinand De Saussure's Semiotic Analysis)
Biography: 5 Chapters + 105 Pages

ABSTRACT

The existence of new media such as the internet can go beyond the pattern of spreading traditional media messages, the nature of the internet can interact in real time, one of which is Instagram social media. Through this media, a person can exchange information quickly, channel creative ideas through photos and videos, use them as promotional media, and form a self-image. The use of Instagram social media can form a positive or negative self-image, with the self-image displayed on one's Instagram social media can be known to the wider public. This study aims to determine the personal branding built by @susipudjiastuti115 on the Instagram account, and to find out the meaning of uploading the Instagram account @susipudjiastuti115.

This study uses a qualitative approach, a constructivist paradigm, with Ferdinand De Saussure's semiotic analysis method, where the sign is composed of two elements, namely the signifier and the signified, namely the image aspect of sound (such as words or visual representations) and concepts, where a sound image is awakened. The unit of analysis in this study is the photo in the Instagram account @susipudjiastuti115. Techniques Data analysis is done through selection, classification, analysis, interpretation and conclusion.

Based on the results of personal branding research that Susi Pudjiastuti built through uploading photos on her Instagram account, she is someone who has a high sense of nationalism, is simple and straightforward, eccentric, an inspiring figure, and someone who likes marine sports (paddle). Analysis of the photos contained in the Instagram account @susipudjiastuti115, has the meaning to strengthen Susi Pudjiastuti's personal branding as a public figure on social media, especially Instagram. Susi shapes people's perceptions through the aspects she has, such as: personality, abilities, and values that create positive perceptions from the community, so that they can be used as marketing tools.

Keywords: Personal Branding, Semiotics, Analysis, Ferdinand De Saussure.



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hayatun Nufus B
NIM : 44216110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Susipudjiastuti15 sebagai Bentuk Personal Branding** 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, 1 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



(Hayatun Nufus)

Mengetahui,

Pembimbing

(Dwi Firmansyah, S. Ikom, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Hayatun Nufus
NIM : 44216110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Susipudjiastuti115 sebagai Bentuk Personal Branding.**

Jakarta, 1 Februari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dwi Firmansyah, S. Ikom, M. Ikom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Hayatun Nufus
NIM : 44216110062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Susipudjiastuti115 sebagai Bentuk Personal Branding.**

Jakarta, 1 Februari 2022

Ketua Sidang :  (Melly Ridaryanthi, Ph.D)

Penguji Ahli :  (Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Pembimbing :  (Dwi Firmansyah, S. Ikom, M. Ikom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Susipudjiastuti115 sebagai Bentuk Personal Branding**

Nama : Hayatun Nufus B

NIM : 44216110062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 1 Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

(Dwi Firmansyah, S. Ikom, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, dengan ridho dan rahmat-Nya penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Susipudjiastuti115 sebagai Bentuk Personal Branding”** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit untuk penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah tulus ikhlas serta penuh kesabaran membimbing penulis dalam pembuatan skripsi ini dari awal sampai selesai. Melalui kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dwi Firmansyah M. I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Juwono Tri Atmojo, M. SI selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM. selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta sekaligus Dosen dalam Mata Kuliah Riset Komunikasi dan Tugas Akhir. Terima kasih Ibu Suryaning untuk waktu,

support, memberikan arahan dan masukan dalam mengerjakan Skripsi ini ketika mengalami kendala penyusunan.

6. Ibu Anindita, S. Pd. selaku Sekertaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. Ibu dan bapak yang tercinta Rosma Juli Siregar dan Alm. Bundinsyah B untuk beliau lah skripsi ini peneliti persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena untuk kalian berdua. Terima kasih karena bapak telah mengingatkan tentang pentingnya “Pendidikan”
8. Abang dan adikku Luthfi Firdiansyah, Dian Syahputra, Juliansyah Putra. Terima kasih atas do’a dan semangat yang tidak pernah putus, kesabaran, motivasi, dukungan moril dan material selama masa penyusunan Skripsi ini.
9. Untuk sahabat sekaligus partner Traveling Mariska S. Ikom, Nadia Larasati Sukma, S. Ikom, yang tidak pernah putus memberikan semangat, selalu mendengarkan keluh kesahku, memberikan motivasi, segala masukan positif dan mendoakan peneliti agar cepat selesai tepat waktu dalam penyusunan hingga sekarang.

Peneliti menyadari baik dari segi isi maupun pembuatannya masih mengalami kekurangan untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi pembaca umumnya.

Jakarta, 04 Januari 2022

Hayatun Nufus



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Fokus Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Akademis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Media Baru.....	24
2.2.2 Media Sosial.....	25
2.2.3 Karakteristik Media Sosial.....	26
2.2.4 Fungsi Media Sosial.....	27
2.2.5 Instagram.....	28
2.2.6 Public relations.....	36

2.2.7	Personal Branding.....	39
2.2.8	Komunikasi Verbal dan Non Verbal.....	43
2.2.9	Teori Warna.....	45
2.2.10	Tanda dan Makna	47
2.2.11	Semiotika Ferdinand De Saussure	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		53
3.1	Paradigma Penelitian.....	53
3.2	Metode Penelitian.....	54
3.3	Unit Analisis.....	55
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Data Primer.....	56
3.4.2	Data Sekunder.....	57
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Profil Susi Pudjiastuti.....	59
4.1.2	Instagram Susi Pudjiastuti.....	60
4.2	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Personal Branding dalam Profile Instagram @Susipudjiastuti115.....	62
4.2.2	Momentum Sebelum Serah Terima Jabatan.....	64
4.2.3	Dukungan Terhadap Karya Seni.....	70
4.2.4	Berbagi Inspirasi.....	74
4.2.5	Keseruan Bersama Keluarga.....	78
4.2.6	Kepemimpinan Susi Pudjiastuti.....	80
4.2.7	Kesederhanaan Susi Pudjiastuti.....	86
4.2.8	Nasionalisme Susi Pudjiastuti.....	90

4.2.9	Keterampilan Modelling.....	94
4.2.10	Keterampilan Wawancara.....	99
4.3	Pembahasan	103
4.3.1	Kekhasan atau Keunikan Susi Pudjiastuti.....	105
4.3.2	Relevansi Susi Pudjiastuti.....	107
4.3.3	Behavior (perilaku) Susi Pudjiastuti.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran.....	114
5.2.1	Saran Akademis.....	115
5.2.2	Saran Praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....		116
LAMPIRAN.....		119



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Pesan Verbal Profile Instagram @Susipudjiastuti115	61
Tabel 4.2 Pesan Verbal Postingan Serah Terima Jabatan	63
Tabel 4.3 Pesan Nonverbal Postingan Serah Terima Jabatan	65
Tabel 4.4 Pesan Verbal Postingan Menghadiri Pameran	69
Tabel 4.5 Pesan Nonverbal Postingan Menghadiri Pameran	70
Tabel 4.6 Pesan Verbal Postingan Menjadi Pembicara	72
Tabel 4.7 Pesan Nonverbal Postingan Menjadi Pembicara	73
Tabel 4.8 Pesan Verbal Postingan Bersama Keluarga	76
Tabel 4.9 Pesan Nonverbal Postingan Bersama Keluarga	77
Tabel 4.10 Pesan Verbal Postingan Menghadiri Peresmian Susi Air	79
Tabel 4.11 Pesan Nonverbal Postingan Menghadiri Peresmian Susi Air	82
Tabel 4.12 Pesan Verbal Postingan Belanja di Pasar.....	85
Tabel 4.13 Pesan Nonverbal Postingan Belanja di Pasar	86
Tabel 4.14 Pesan Verbal Postingan Merayakan Kemerdekaan RI	88
Tabel 4.15 Pesan Nonverbal Postingan Merayakan Kemerdekaan RI	90
Tabel 4.16 Pesan Verbal Postingan sebagai Model	92
Tabel 4.17 Pesan Nonverbal Postingan sebagai Model	94
Tabel 4.18 Pesan Verbal Postingan Menjadi Pembawa Acara	96
Tabel 4.19 Pesan Nonverbal Postingan Menjadi Pembawa Acara	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia	4
Gambar 1.2 Pengguna Instagram di Indonesia	5
Gambar 2.1 Unsur Makna Saussure.....	50
Gambar 4.1 Foto Profil Susi Pudjiastuti	58
Gambar 4.2 Profil Instagram Susi Pudjiastuti.....	61
Gambar 4.3 Postingan Serah Terima Jabatan	63
Gambar 4.4 Postingan Menghadiri Pameran	68
Gambar 4.5 Postingan Menjadi Pembicara.....	72
Gambar 4.6 Postingan Bersama Keluarga	76
Gambar 4.7 Postingan Menghadiri Peresmian Rute Susi Air.....	78
Gambar 4.8 Postingan Belanja Di Pasar	84
Gambar 4.9 Postingan Merayakan Kemerdekaan RI.....	88
Gambar 4.10 Postingan Sebagai Model	92
Gambar 4.11 Postingan Menjadi Pembawa Acara	96
Gambar 4.12 Postingan Twitter Susi	107

UNIVERSITAS
MERCU BUANA