



**REPRESENTASI MAKNA MOTIVASI DALAM
PERSONAL BRANDING PUTRI TANJUNG DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-I)
Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations

Disusun Oleh :

ALFIRA AULIA AHMAD

44217010076

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

Nama : Alfira Aulia Ahmad

Nim 44217010076

Fakultas : IlmuKomunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 2 Maret 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing **UNIVERSITAS** **Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph. D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfira Aulia Ahmad
Nim : 44217010076
Bidang Studi : Public Relations
Alamat : Jl. H Sanusi Gg H.Rabbi Rt07/013 No.86 Duri Kosambi, Jakarta Barat
No. Hp : 087800028946

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : “ **Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)** “ 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 sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, 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, 2 Maret 2021
Yang Menyatakan,



(Alfira Aulia Ahmad)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

Nama : Alfira Aulia Ahmad

NIM : 44217010076

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 2 Maret 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

Nama : Alfira Aulia Ahmad

NIM 44217010076

Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta , 2 Maret 2021
Mengetahui,

Ketua Sidang

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(.....)

Penguji Ahli

(Melly Ridaryanthi, Ph.D)

(.....)

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Alfira Aulia Ahmad
44217010076

Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di Media Sosial Instagram
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

Bibliografi : 5 Bab 60 Hal + Lampiran +27 buku + 30Internet + 4 jurnal

ABSTRAK

Media sosial merupakan sarana untuk berkomunikasi dan media yang paling banyak diakses adalah media sosial Instagram. Penggunaan Instagram tidak hanya sekedar media komunikasi saja. Namun, menjadi tempat untuk membangun citra diri atau personal branding . Citra diri bisa di lihat salah satunya dari latar belakang pekerjaan maupun keluarga. Pengguna yang aktif di media social Instagram adalah Putri Tanjung, ia merupakan seorang CEO yang masih muda dan aktif di bidang entrepreneur. Keterampilan yang dimiliki memberikan beberapa prestasi yang di dapatkan salah satunya menjadi staff khusus presiden milenial di Indonesia. Dalam kegiatan yang dilakukan sering diabadikan melalui unggahan instagram @putri_tanjung .Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji representasi makna motivasi dalam personal branding Putri Tanjung di media sosial Instagram.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis, dengan tipe penelitian deskriptif, dan metode penelitian pendekatan kualitatif menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Objek penelitiannya adalah konten momen yang terdapat dalam akun Instagram @Putri_tanjung. Hasil penelitian ini membahas komponen *personal branding* yang dilakukan Putri Tanjung dalam membentuk citra diri,dengan memilih 4 konten yang memperlihatkan latar belakang pekerjaan Putri Tanjung. Adanya personal brandingnya yang kuat, maka setiap konten yang diunggah di Instagram @putri_tanjung memiliki makna motivasi didalamnya. Motivasi yang di informasikan masuk ke dalam kategori motivasi Intrinsik, karena motivasi terbesar berada di dalam diri sendiri. Sehingga sebagai seorang anak yang memiliki latar belakang keluarga yang kaya , Putri Tanjung tetap menjadi pribadi yang sederhana, profesional dengan memiliki nilai serta mampu mengelola waktu dengan baik.

Kata kunci : *Konten instagram, personal branding, motivasi*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Alfira Aulia Ahmad
44217010076

Representasi Makna Motivasi Dalam Personal Branding Putri Tanjung Di Media Sosial Instagram
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

Bibliografi : 5 Bab 60 Hal + Lampiran +27 buku + 30Internet + 4 jurnal

ABSTRACT

Social media is a means of communicating and the most accessed media is Instagram. The use of Instagram is not just a medium of communication. However, it is a place to build self-image or personal branding. One of the self-images can be seen from work and family backgrounds. An active user on the social media Instagram is Putri Tanjung, she is a young CEO who is active in the entrepreneurial field. The skills they have have provided several achievements, one of which is being a special staff for the millennial president in Indonesia. The activities carried out are often immortalized through Instagram uploads @putri_tanjung. The purpose of this research is to find out and examine the representation of the meaning of motivation in Putri Tanjung's personal branding on Instagram social media.

The paradigm used in this research is constructivist, with a descriptive type of research, and a qualitative approach research method using Ferdinand de Saussure's semiotic theory. The object of research is the moment content contained in the Instagram account @Putri_tanjung. The results of this study discuss the components of personal branding that Putri Tanjung does in shaping her self-image, by selecting 4 contents that show Putri Tanjung's work background. With strong personal branding, every content uploaded on Instagram @putri_tanjung has a motivational meaning in it. The motivation that is informed falls into the Intrinsic motivation category, because the greatest motivation lies within oneself. So that as a child who has a rich family background, Putri Tanjung remains a simple, professional person with values and is able to manage her time well.

Keywords: *Instagram content, personal branding, motivation*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya yang sudah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir, dengan Judul : “Representasi Makna Motivasi Dalam Pesan Personal Branding Putri Tanjung Di Media Social Instagram (Analisis Semiotika Ferdinan De Saussure)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* di Universitas Mercubuana. Dalam menyelesaikan laporan skripsi ini banyak pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis memberikan apresiasi dan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan, nasihat dan support kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Ibu Dr. Elly Yuliani, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Kedua Orang Tua dan keluarga saya yang telah membesarkan saya dan keluarga memberikan dukungan kepada saya dalam menyusun skripsi, terimakasih semangat kalian.
6. Teman-teman saya Meisy, Rafli, Agis, Pina, Julia, Ninda, Yalee, Nadebs, Nanda, Amanna, Jihan, Adjeng, Febby yang telah mendukung serta membantu selama penulis mengalami kesulitan dalam menyusun skripsi ini.
7. Ka Putri Tanjung yang membuat saya semakin semangat dalam melakukan kegiatan dan humble karna selalu merepost saya di Instagram

8. Teman-teman di Radio Mercuri Buana yang selalu memberikan dukungan dan kebahagiaan selama saya mengerjakan skripsi.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penelitian proposal skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Setiap manusia tidak pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis berharap adanya kritik dan sasaran yang membangun untuk memperbaiki skripsi ini, sebelumnya penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak telah membantu. Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga segala kebaikan dan perhatian mendapat balasan berlipat dari Allah SWT. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan, serta dapat menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan dan juga bertujuan sebagai syarat khusus di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercuri Buana

Jakarta, 2 Februari 2021

Penulis,

Alfira Aulia Ahmad

UNIVERSITAS
MERCURI BUANA

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.4.3 Manfaat Sosial	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	18
2.2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi	19
2.2.2 New Media.....	21
2.2.1.1 Karakteristik New Media	22
2.2.3 Media Sosial.....	24
2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial.....	25
2.2.3.2 Tipe Pengguna Media Sosial.....	28
2.2.3.3 Jenis- Jenis Media Sosial	29
2.2.4 Instagram	31

2.2.5 Motivasi	35
2.2.5.1 Teori- Teori Motivasi	35
2.2.5.2 Jenis Motivasi.....	36
2.2.6 Personal Branding	37
2.2.6.1 Karakteristik Personal Branding	38
2.2.6.2 Tiga Komponen Utama <i>Personal Branding</i>	40
2.2.6.3 Jenis Kriteria <i>Personal Branding</i>	41
2.2.6.4 Tujuan dan Fungsi <i>Personal Branding</i>	42
2.2.7 Semiotika Komunikasi	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1 Paradigma Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian	52
3.3 Unit Analisis.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder	53
3.5 Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Fenomena Selebgram Dalam Konteks Sosial.....	55
4.1.2 Profil Putri Tanjung.....	55
4.1.3 Konteks Sosial Putri Tanjung.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Menjadi pembicara di suatu event.....	58
4.2.1.1 Analisis Konten	59
4.2.2 Kunjungan Banyuwangi	60
4.2.2.1 Analisis Konten	60
4.2.3 Kegiatan Event Creativepreneur	61
4.2.3.1 Analisis Konten	62
4.2.4 Kegiatan Produktif Dirumah.....	63
4.2.4.1 Analisis Konten	63
4.3 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Secara Akademis	69

5.2.2 Secara Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

