



**INSTAGRAM SEBAGAI ALAT *PERSONAL BRANDING* PUAN  
MAHARANI DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI ( Analisis  
Semiotika Roland Barthes pada akun @puanmaharani)**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**Azhary Al Syafiah**

**44220010014**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**BIDANG STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azhary Al Syafiah  
NIM : 44220010014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Laporan Skripsi  
Judul Laporan : INSTAGRAM SEBAGAI ALAT  
PERSONAL BRANDING PUAN  
MAHARANI DALAM MEMBENTUK  
CITRA DIRI (Analisis Semiotika Roland  
Barthes pada akun @puanmahaniri)

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, 22 Januari 2024

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA



63DALX092765705  
Aznary Al Syafiah

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Azhary Al Syafiah  
NIM : 44220010014  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : *INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PERSONAL  
BRANDING PUAN MAHARANI DALAM  
MEMBENTUK CITRA DIRI (Analisis Semiotika  
Roland Barthes pada akun @puanmaharaniri)*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai 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. Farid Hamid Umarella, M.Si  
NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed  
NIDN : 0316088201

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom  
NIDN : 0330019002



Jakarta, 22 Januari 2024

MERCU BUANA

**Mengetahui,**

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kekuatan sehingga penulis diberi kemudahan, kelancaran, dan kemampuan untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “INSTAGRAM SEBAGAI ALAT *PERSONAL BRANDING* PUAN MAHARANI DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI ( pada akun Instagram @puanmaharani)” penelitian ini dibuat dengan mempertimbangkan tujuan dan manfaatnya yang penulis usahakan semaksimal mungkin.

Tersusun nya skripsi ini untuk memenuhi syarat guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi ( S.I.Kom ) dari jurusan Public Relations, Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam proses penulisan penelitian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral dan spiritual.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, arahan hingga petunjuk sehingga penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku dosen pembimbing. Terima kasih bapak telah membimbing, memberi arahan, memberi petunjuk, dan kesabarannya terhadap penulis selama proses penyelesaian penelitian ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir nya dengan tepat waktu.

2. Bapak Prof Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M. Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Orang tua penulis Sufrineny selaku Ibu dan Muhamad Rizal selaku Ayah serta adik-adik penulis Niki Aulia Zahra, Fharel Praditya, dan Khairul Maulana yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang luar biasa selama proses pengerjaan penelitian ini.
5. Teman-teman terdekat yang sudah membantu dan memberi dukungan selama proses pengerjaan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka penulis memohon kritik dan saran oleh pembaca untuk meningkatkan kesempurnaan dan dapat dikembangkan di masa yang mendatang. Oleh karena itu sebagai penutup, besar harapan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi penulis dan juga pembaca.

Jakarta, 30 November 2023

Azhary Al Syafiah

Peneliti

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Azhary Al Syafiah  
NIM : 44220010014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PERSONAL  
BRANDING PUAN MAHARANI DALAM  
MEMBENTUK CITRA DIRI (Analisis Semiotika  
Roland Barthes pada akun @puanmahaniri)

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, 22 Januari 2024  
Yang menyatakan,



( Azhary Al Syafiah)

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Azahary Al Syafiah  
44220010014

INSTAGRAM SEBAGAI ALAT *PERSONAL BRANDING* PUAN MAHARANI  
DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI (Analisis Semiotika Roland Barthes pada  
akun @puanmaharani)  
Jumlah Halaman, V Bab + 79 Halaman + Lampiran

## ABSTRAK

*Personal Branding* adalah usaha individu untuk membangun, mengelola, dan mempromosikan citra diri sebagai merek unik yang dikenal oleh orang lain. Ini melibatkan pengembangan identitas konsisten, pesan yang jelas, dan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan, dengan pemahaman mendalam tentang diri sendiri, keunikan, dan tujuan individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda terkait personal branding yang dibentuk oleh Puan Maharani dalam media sosial Instagram, makna dari Puan Maharani dalam membentuk citra dirinya melalui media sosial Instagram, dan mitos pada peran perempuan dari personal branding Puan Maharani di Instagram.

Untuk mendukung penelitian ini, terdapat lima penelitian terdahulu dengan topik pada bidang komunikasi yang relevan. Untuk teori-teori yang digunakan seperti komunikasi, media baru, media sosial, instagram, personal branding, dan semiotika.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes pada akun Instagram @puanmaharani. Peneliti memilih Puan Maharani sebagai objek penelitian karena ia menggunakan media sosial Instagram untuk membentuk citra dirinya dalam personal branding. Penelitian ini memberikan beberapa postingan berupa aktivitas pada akun @puanmaharani dengan periodisasi selama 7 bulan dari Januari hingga Juli 2023.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Puan Maharani mengemas citra dirinya dengan sepositif mungkin dan unik dengan ciri khasnya agar strategi personal branding yang digunakan untuk membangun citra positif di hadapan publik diterima oleh masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan makna konotatif dan mitos semiotika dari citra Puan Maharani sebagai wanita karir dan politisi di Instagram. Penelitian ini memiliki manfaat akademis dan praktis dalam memperkaya literatur akademis dan memberikan panduan yang lebih baik bagi praktisi dan mahasiswa humas dalam memahami dan menerapkan personal branding dalam bidang humas.

**Kata Kunci :** Semiotika, Personal Branding, Puan Maharani, Roland Barthes, Instagram

Mercu Buana University  
Faculty Of Communication Sciences  
Field Of Study Public Relations  
Azahary Al Syafiah  
44220010014

INSTAGRAM AS A TOOL FOR PERSONAL BRANDING BY PUAN  
MAHARANI IN SHAPING SELF-IMAGE (Semiotic Analysis of Roland Barthes  
on the @puanmaharaniri Account)

Number Of Pages, V Chapters + 79 Pages + Attachments

## ABSTRACT

Personal branding is an individual's effort to build, manage, and promote their self-image as a unique brand known to others. It involves the development of a consistent identity, clear messages, and values to be emphasized, with a profound understanding of oneself, uniqueness, and individual goals. This research aims to explore the signs related to the personal branding formed by Puan Maharani on the Instagram social media platform, the meaning of Puan Maharani in shaping her image through Instagram, and the myths surrounding the role of women in Puan Maharani's Instagram-based personal branding.

To support this research, five relevant previous studies in the field of communication were examined. The theories used include communication, new media, social media, Instagram, personal branding, and semiotics.

The research employed Roland Barthes' semiotic analysis on the Instagram account @puanmaharaniri. Puan Maharani was chosen as the subject of the study because she utilizes the Instagram social media platform to shape her image in personal branding. The study analyzed various posts on the @puanmaharaniri account over a period of 7 months from January to July 2023.

The results indicate that Puan Maharani packages her image as positively and uniquely as possible, incorporating her distinctive traits. This strategic personal branding approach is aimed at gaining public acceptance. Furthermore, the research reveals the connotative meaning and semiotic myths associated with Puan Maharani's image as a career woman and politician on Instagram. This study contributes academically and practically by enriching academic literature and providing better guidance for public relations practitioners and students in understanding and implementing personal branding in the field of public relations.

**Keywords** : Semiotics, Personal Branding, Puan Maharani, Roland Barthes,  
Instagram



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Akademis.....	12
1.4.2 Praktis.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	26
2.2.1 Komunikasi .....	26
2.2.2 Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	28
2.2.3 Media Sosial.....	30
2.2.4 Instagram .....	32
2.2.5 Personal Branding .....	34

2.2.6 Semiotika.....	37
2.2.7 Konvergensi.....	39
2.2.8 Citra.....	40
2.2.9 Impression Management .....	42
BAB III .....	45
METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Pendekatan Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Unit Analisis.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5.1 Data Primer.....	49
3.5.2 Data Sekunder .....	49
3.6 Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV .....	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1 Profil Puan Maharani.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.3 Pembahasan .....	70
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	86

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> .....	4
<b>Gambar 1. 2</b> .....	5
<b>Gambar 1. 3</b> .....	5
<b>Gambar 1. 4</b> .....	6
<b>Gambar 1. 5</b> .....	6
<b>Gambar 1. 6</b> .....	7
<b>Gambar 2. 1</b> .....	38
<b>Gambar 3. 1</b> .....	48
<b>Gambar 4. 1</b> .....	52
<b>Gambar 4. 2</b> .....	54
<b>Gambar 4. 3</b> .....	57
<b>Gambar 4. 4</b> .....	59
<b>Gambar 4. 5</b> .....	61
<b>Gambar 4. 6</b> .....	63
<b>Gambar 4. 7</b> .....	65
<b>Gambar 4. 8</b> .....	66
<b>Gambar 4. 9</b> .....	69

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 4. 1 Analisis Semiotika Barthes Gambar 1 .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 2 Analisis Semiotika Barthes Gambar 2 .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 3 Analisis Semiotika Barthes Gambar 3 .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 4 Analisis Semiotika Barthes Gambar 4 .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 5 Analisis Semiotika Barthes Gambar 5 .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4. 6 Analisis Semiotika Barthes Gambar 6 .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 7 Analisis Semiotika Barthes Gambar 7 .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4. 8 Analisis Semiotika Barthes Gambar 8 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 9 Analisis Semiotika Barthes Makna Lama dan Baru.....</b>	<b>72</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA