

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiat atau mencontek karya ilmiah orang lain, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 10 Juli 2024



RATU YENI ANGGRAINI
NIM: 201510101

ABSTRAK

Nama: **Ratu Yeni Anggraini**, NIM: 201510101, Judul Skripsi: “**Personal Branding Najwa Shihab Melalui Media Sosial Instagram**” (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @najwashihab), Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2024 M / 1446 H.

Brand bukan lagi hal yang hanya dimiliki oleh perusahaan atau organisasi, tetapi juga dapat dimiliki oleh individu. Membangun *personal branding* di era teknologi yang canggih saat ini menjadi sangat penting mengingat persaingan yang kompleks. Kemudahan akses internet memungkinkan siapa pun untuk menggunakan media sosial sebagai platform untuk membangun *personal branding* mereka. Sebagai contoh, Najwa Shihab aktif menggunakan instagram untuk membangun citra dirinya. Setiap kegiatan sehari-harinya didokumentasikan dalam bentuk foto atau video yang diunggah ke akun instagramnya. Peneliti tertarik untuk menganalisis konten yang diunggah oleh Najwa Shihab dari Agustus hingga November 2023, dengan fokus pada bagaimana dia membangun citra dirinya melalui konsep *personal branding The Eight Laws of Personal Branding* yang dikembangkan oleh Peter Montonya.

Metode penelitian yang dipilih adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model tahapan analisis isi krippendorff.

Dari penelitian yang telah dilakukan pada unggahan akun instagram @najwashihab dapat menunjukkan bahwa *personal branding* Najwa Shihab memenuhi kedelapan konsep utama milik personal branding Peter Montonya yaitu: 1. (*The Law of Specialization*), 2. (*The Law of Leadership*), 3. (*The Law of Personality*), 4. (*The Law of Distinctiveness*), 5. (*The Law of Visibility*), 6. (*The Law of Unity*), 7. (*The Law of Persistence*), 8. (*The Law of Goodwill*). Akan tetapi untuk mengimbangi semua *personal branding* yang dilakukan Najwa Shihab peneliti juga menambahkan dari sisi keperempuannya, ini guna untuk mengimbangi apakah *personal branding* yang dilakukannya tetap berhasil atau bisa dikatakan tidak berhasil.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Media Baru, Media sosial.

ABSTRACT

Name: **Ratu Yeni Anggraini**, NIM: 201510101, Thesis Title: "**Personal Branding Of Najwa Shihab Through Social Media**"(Qualitative Content Analysis on Instagram Account @najwashihab), Study Program: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah, Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University of Banten, Year 2024 M / 1446 H.

A brand is no longer something that is only owned by companies or organizations, but can also be owned by individuals. Building personal branding in today's advanced technological era has become very important considering the complex competition. The ease of internet access allows anyone to use social media as a platform to build their personal branding. For example, Najwa Shihab actively uses Instagram to build her image. Every daily activity is documented in the form of photos or videos that are uploaded to her Instagram account. Researchers are interested in analyzing the content uploaded by Najwa Shihab from August to November 2023, focusing on how she builds her self-image through the concept of personal branding as outlined in *The Eight Laws of Personal Branding* developed by Peter Montoya.

The chosen research method is a qualitative method with a qualitative descriptive approach. Data collection was carried out through documentation methods Data analysis was carried out using the Krippendorff content analysis stage model.

From the research conducted on the posts of the Instagram account @najwashihab, it can be shown that Najwa Shihab's personal branding fulfills the eight main concepts of personal branding by Peter Montoya, which are: 1. (The Law of Specialization), 2. (The Law of Leadership), 3. (The Law of Personality), 4. (The Law of Distinctiveness), 5. (The Law of Visibility), 6. (The Law of Unity), 7. (The Law of Persistence), 8. (The Law of Goodwill). However, to balance all the personal branding that Najwa Shihab has done, the researchers also added from the perspective of her femininity, in order to assess whether her personal branding efforts have been successful or can be considered unsuccessful.

Keywords: Personal Branding, New Media, Social Media.



FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN

Nomor : **Nota Dinas**
Lamp :
Hal : **Ujian Skripsi**
a.n Ratu Yeni Anggraini
NIM: 201510101

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah
UIN SMH BANTEN
Di-
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama Ratu Yeni Anggraini NIM : 201510101 dengan judul "**Personal Branding Najwa Shihab Melalui Media Sosial Instagram**" (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @najwashihab), telah diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatdian Bapak kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 10 Juli 2024

Pembimbing I

Dr. Kholid, M.S.I.
NIP. 19650216 199903 1 001

Pembimbing II

Fahma Islami, M.Si.
NIP. 19920908 201903 2 022

PERSETUJUAN
PERSONAL BRANDING NAJWA SHIHAB MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @najwashihab)

Oleh:

Ratu Yeni Anggraini
NIM: 201510101

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Kholid. M.S.I.
NIP. 19650216 199903 1 001

Pembimbing II

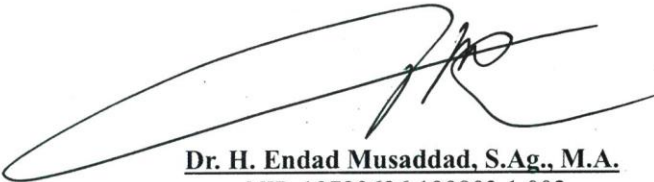


Fahma Islami. M.Si.
NIP. 19920908 201903 2 022

Mengetahui,

Dekan

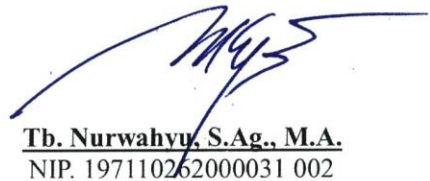
Fakultas Dakwah



Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A.
NIP. 19720626 199803 1 002

Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam



Tb. Nurwahyu, S.Ag., M.A.
NIP. 197110262000031 002

PENGESAHAN

Skripsi a.n **Ratu Yeni Anggraini**, NIM : **201510101**, Judul Skripsi: **Personal Branding Najwa Shihab Melalui Media Sosial Instagram** (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @najwashihab) telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 15 Juli 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 15 Juli 2024

Sidang Munaqosah,

Ketua Merangkap Anggota,



Eneng Purwanti, M.A.
NIP. 19780607 200801 2 014

Sekretaris Merangkap Anggota,



Dr. Adhi Kusuma., S.I.Kom., M.Si.
NIP. 19910313 202012 1 007

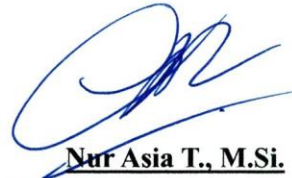
Anggota,

Penguji I



Hj. Rina Darojatun, M.I.Kom.
NIP. 19790601 200501 2 008

Penguji II



Nur Asia T., M.Si.
NIP. 19920316 201903 2 017

Pembimbing I



Dr. Kholid, M.S.I.
NIP. 19650216 199903 1 001

Pembimbing II



Fahma Islami, M.Si.
NIP. 19920908 201903 2 022

MOTTO

“It’s not always easy, but tha’s life. Be strong because there are better days ahead”

(Mark Lee Leader NCT Dream)

“Hai orang-orang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S Al-Baqarah: 153)

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

Orang lain tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian pencapaian success storiesnya saja. Berjuanglah untuk diri sendiri, walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri ini akan sangat bangga dengan apa yang telah kita perjuangkan hari ini.

(Fardiyandi)

PERSEMBAHAN

Dengan izin Allah skripsi ini bisa terselesaikan.

Skripsi ini penulis persembahkan dengan tulus kepada mereka yang menemani setiap perjalanan kata dan ilmu, kepada inspirasi yang tak pernah padam, dan kepada semua yang percaya bahwa setiap usaha memiliki makna tersendiri. Bagi kedua orang tua tercinta, Alm.Bapak Tubagus Juhdi dan Ibu Atiah yang telah merelakan ribuan tetesan keringat dan jerih payahmu untuk anakmu ini. Semoga apapun yang kalian lakukan menjadi amal jariyah kelak untuk tabungan akhirat kalian. Bagi ketiga kakaku tercinta, Huriah, Tubagus Mulyadi, Tubagus Fahruroji terima kasih atas doa serta dukungan-dukungannya yang semoga dikemudian hari dapat bersama-sama menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua. Semoga Allah memudahkan jalan kita. Serta bagi keluarga, sahabat, dan mereka yang tak henti memberikan dukungan, persembahan ini menjadi bukti kebersamaan dalam mengejar impian. Semoga karya ini dapat menjadi langkah awal yang menginspirasi, menyinari, dan memberikan arti bagi setiap langkah perjalanan yang akan datang.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ratu Yeni Anggraini, lahir di Tangerang, 25 Februari 2001. Saat ini penulis tinggal di lingkungan Kp. Kojan 016/06, Kelurahan Kalideres, Kecamatan Kalideres Jakarta Barat. Penulis merupakan anak terakhir dari Alm Bapak Tubagus Juhdi dan Ibu Atiah.

Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah TK Al-Ikhwan lulus tahun 2007, MI Al-Falah lulus tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di MTs Dail Khairaat lulus pada tahun 2016, selanjutnya melanjutkan pendidikan di MA Dail Khairaat dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun berikutnya penulis diterima di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Selama menjadi mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis pernah menjadi Anggota volunteer di Kita Literasi dan Mind The Gap, sebagai admin media sosial.

Demikian catatan singkat mengenai riwayat hidup penulis selama menempuh Pendidikan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk dapat memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat-Nya sampai hari akhir.

Alhamdulillah dengan pertolongan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***Personal Branding Najwa Shihab Melalui Media sosial Instagram*** (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @najwashihab).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan karena keterbatasan ilmu dan kurangnya pengetahuan. Tetapi berkat bantuan berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mengelola dan memimpin serta mengembangkan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten menjadi lebih maju.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, M.A., Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan persetujuan kepada penulis dalam Menyusun skripsi ini.
3. Bapak TB. Nurwahyu, M.A., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Kholid. M.S.I., Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, tenaga dan pikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Fahma Islami, M.Si., Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, serta arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah. Serta Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah membantu pelayanan administrasi selama perkuliahan dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh keluarga, terutama kedua orang tua yang penulis sayangi Alm. Ayahanda Tubagus Juhdi dan ibunda Atiah, yang senantiasa memberikan segala doanya yang tiada henti, memberikan motivasi dan nasihat,
8. Teruntuk ketiga kakak penulis Huriah, Tubagus Mulyadi, dan Tubagus Fahruroji yang sudah banyak mendukung, senantiasa memberikan segala doanya, dan memotivasi penulis.
9. Ratu Yeni Anggraini, iya diri saya sendiri. Penulis apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah bertahan.
10. Teruntuk Najwa Shihab selaku pemilik akun yang menjadi objek penelitian penulis, terimakasih sudah memberikan inspirasi untuk menjadi anak muda yang selalu semangat mengukir prestasi
11. Teruntuk Zidan Danjaya yang penulis sayangi melebihi dari sahabat, yang selalu membuat penulis semangat, bahagia dan sudah memotivasi penulis untuk tetap bertahan sampai akhir.
12. Halimatus Sadiyah Dinata yang merupakan teman yang sudah penulis anggap melebihi kaka sendiri, terima kasih sudah senantiasa mendengarkan keluh kesah dan memberikan motivasi untuk penulis
13. Teman-teman penulis di kelas KPI-C 2020 terutama rekan-rekan seperjuangan, Erna Ayunda, Kurniasih, Anisa Safitri, Khariyyah, Konitatu Rahmah, Siti Nursyahidah Syabani, Rosita, dan Puput Sripadilah, yang telah membantu penulis dalam memberikan motivasi, inspirasi, nasihat, dan bantuan moril sampai skripsi ini selesai. Serta teruntuk teman Teman-teman se-kostan Puput sripadilah, Nisrina Khairunnisa, dan Nadya Rachmanda yang telah membantu penulis dalam memberikan motivasi, inspirasi, nasihat, dan bantuan moril sampai skripsi ini selesai.

14. Teruntuk boygroup K-Pop Super Junior dan NCT, terutama Lee Donghae, Lee Jeno, dan Mark Lee yang telah membuat penulis terhibur selama masa skripsian, membuat penulis semangat dan termotivasi dalam mengerjakan skripsi.
15. Kepada seluruh sahabat-sahabat, teman-teman seperjuangan angkatan 2020 yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih semuanya.
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari bentuk kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan juga saran yang positif. Penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Serang, 20 Mei 2024

Penulis

RATU YENI ANGGRAINI
NIM :201510101

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	11
A. Kajian Pustaka	11
1. <i>Personal Branding</i>	11
2. Media Baru (<i>New Media</i>)	15
3. Media Sosial	21
4. Instagram	28
B. Landasan Teori.....	36
1. <i>Personal Branding</i> Peter Montoya	36
2. Teori Equilibrium.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A. Metode Penelitian	41
B. Subjek dan Objek Penelitian	42
1. Subjek Penelitian	42
2. Objek Penelitian	42
C. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Dokumentasi.....	43
D. Analisis Data.....	44
1. Unitizing.....	44
2. Sampling.....	44
3. Recording On Coding.....	44
4. Reducing.....	45
5. Inferring.....	45
6. Naratting	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum.....	46
1. Biografi Najwa Shihab	46
2. Profil Instagram Najwa Shihab	48
B. Sajian Data <i>Personal Branding</i> Najwa Shihab Melalui Media Sosial Instagram	49
1. <i>Personal Branding</i> Najwa Shihab di Media Sosial Instagramnya	50
2. Kekuatan dan Kelemahan <i>Personal Branding</i> Najwa Shihab Melalui Media Sosial Instagram.....	75
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Media Massa Lama dan Media Massa Baru.....	21
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data pengguna media sosial terbanyak tahun 2024	22
Gambar 4.1 Najwa Shihab sedang memakai baju bertuliskan Mata Najwa	44
Gambar 4.2 Laman akun instagram Najwa Shihab	48
Gambar 4.3 Video reels Najwa Shihab di acara ospek mahasiswa baru UIN Jakarta	50
Gambar 4.4 Najwa Shihab mengikuti aksi bela Palestine	53
Gambar 4.5 Najwa Shihab sedang berolahraga bersama komunitas runners.....	55
Gambar 4.6 Najwa Shihab memakai baju bola	57
Gambar 4.7 Buku karya Najwa Shihab	58
Gambar 4.8 Najwa Shihab bersama dengan putranya	61
Gambar 4.9 Najwa Shihab menonton konser Coldplay	63
Gambar 4.10 Konsistensi Najwa Shihab dalam membuat postingan	65
Gambar 4.11 Foto Najwa Shihab dengan ibu Iriana mengenakan batik	67