

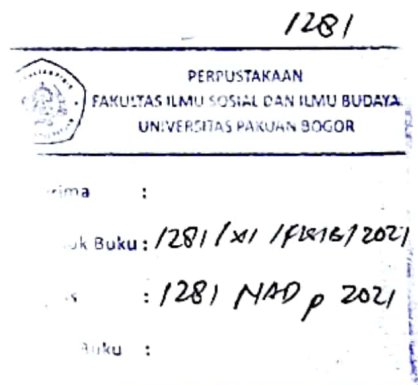
**PERSEPSI PEMUDA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM
@NAJWASHIHAB TERHADAP PERSONAL BRANDING
NAJWA SHIHAB
(Kasus: Mata Najwa Edisi Menanti Terawan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Strata-1

NADIRA ANASTA FATFA

044117318



Lunny

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Nadira Anasta Fatfa

NPM : 044117318

Judul : Persepsi Pemuda *Followers* Akun Instagram
@najwshihab Terhadap *Personal Branding* Najwa Shihab

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

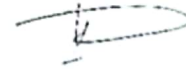
NIP : 1.0641 025 628

Pembimbing 2 : Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn

NIP/NIK : 1.0113 001 607

Pembaca : Imani Satriani, M.Si

NIP/NIK : 1.0616 049 763



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Oleh

Dekan



Dr. Henny Suharyati, M.Si.
NIP. 19600671990092001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK: 1.0113 001 607

ABSTRAK

NADIRA ANASTA FATFA, 044117318. 2021. Persepsi Pemuda *Followers* Akun Instagram @najwashihab Terhadap *Personal Branding* Najwa Shihab (Kasus Video Mata Najwa Edisi Menanti Terawan). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Yogaprasta Adi Nugraha dan Dwi Rini S. Firdaus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pemuda *followers* akun Instagram @najwashihab terhadap *personal branding* Najwa Shihab, mendeskripsikan karakteristik pemuda *followers*, mendeskripsikan faktor pembentuk *personal branding*, dan menganalisis hubungan antara karakteristik pemuda *followers* akun Instagram @najwashihab dengan persepsi pemuda terhadap *personal branding* Najwa Shihab, menganalisis hubungan antara faktor pembentuk *personal branding* dengan persepsi pemuda terhadap *personal branding* Najwa Shihab pada video Mata Najwa edisi Menanti Terawan. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu karakteristik pemuda *followers* akun Instagram @najwashihab dan faktor pembentuk *personal branding*. Indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel karakteristik pemuda *followers* adalah usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi *followers*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel faktor pembentuk *personal branding* adalah spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, ketekunan, dan niat baik. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi pemuda *followers* yaitu perhatian, pengetahuan, dan penafsiran. Kuesioner penelitian ini disebarluaskan melalui *google form* pada bulan April 2021. Penelitian ini menggunakan *judgemental sampling* yaitu responden dipilih berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner dan pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik non-parametrik (Rank Spearman dan Chi-Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang nyata antara karakteristik pemuda *followers* akun Instagram @najwashihab dengan persepsi pemuda terhadap *personal branding* Najwa Shihab dan terdapat hubungan yang nyata antara faktor pembentuk *personal branding* dengan persepsi pemuda terhadap *personal branding* Najwa Shihab pada video Mata Najwa edisi Menanti Terawan.

Kata Kunci: Instagram, Pemuda, *Personal Branding*

ABSTRACT

NADIRA ANASTA FATFA, 044117318. 2021. *Youth Perception of Followers Instagram Account @najwashihab Against Najwa Shihab's Personal Branding (The Case of Najwa's Eye Video Edition Awaits Terawan)*. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Pakuan University, Bogor. Under the guidance of: Yogaprasta Adi Nugraha dan Dwi Rini S. Firdaus.

This study was conducted to identify the perception of youth followers of the @najwashihab Instagram account on Najwa Shihab's personal branding, to describe the characteristics of youth followers, to describe the forming factors of personal branding, and to analyze the correlations between the characteristics of youth followers of the Instagram account @najwashihab with youth perceptions of Najwa Shihab's personal branding, analyze the correlations between the forming factors of personal branding and youth's perception of Najwa Shihab's personal branding in the Mata Najwa video Menanti Terawan edition. This study uses two independent variables, namely the characteristics of youth followers of the Instagram account @najwashihab and the forming factors of personal branding. The indicators used to describe the variable characteristics of youth followers are age, gender, education level, occupation, and length of time being a follower. The indicators used to measure the variables forming personal branding factors are specialization, leadership, personality, differences, visibility, unity, persistence, and good intentions. The indicators used to measure the perception variables of youth followers are attention, knowledge, and interpretation. This research questionnaire was distributed via google form in April 2021. This study used judgmental sampling, respondents were selected based on the subjective considerations of the researcher. Data collection techniques used are questionnaires and observations. The data analysis techniques used in this study were descriptive statistical analysis and non-parametric statistical analysis (Rank Spearman and Chi-Square). The results of this study indicate that there is no real relationship between the characteristics of youth followers of the @najwashihab Instagram account with youth perceptions of Najwa Shihab's personal branding and there is a significant relationship between the factors forming personal branding and youth perceptions of Najwa Shihab's personal branding in the video Mata Najwa edition Awaits Terawan.

Keywords: Instagram, Personal Branding, Youth