



UNIVERSITAS NASIONAL

**REPRESENTASI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM
FADIL JAIDI DI INSTAGRAM
(ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN BULAN
DESEMBER 2024)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

**AGUSTREEANA
NPM. 213516516517**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2025



NATIONAL UNIVERSITY

**REPRESENTATION OF PERSONAL BRANDING
SELEBGRAM FADIL JAIDI ON INSTAGRAM
(SEMIOTIC ANALYSIS OF POSTS IN DECEMBER 2024)**

THESIS

**Submitted as one of requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom) Degree**

**AGUSTREEANA
NPM. 213516516517**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE**

JAKARTA

2025

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Agustrocana

NPM : 213516516517

Judul Skripsi : Representasi Personal Branding Selebgram Melalui Media Sosial
(Analisis Semiotika pada @Fadiljaidi)

Menyatakan dengan benar bahwa Skripsi ini merupakan penelitian dan karya tulis saya sendiri, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S.Ikom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil plagiat, atau tidak di susun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara Skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 7 Februari 2025

Yang membuat Pernyataan


METERA
TEMPER
DANEX190001000

Agustrocana

213516516517

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS NASIONAL[™]
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agus treeana

NPM : 213516516517

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Proposal Skripsi : Representasi Personal Branding Selebgram Fadil Jaidi di Instagram (Analisis Semiotika pada Postingan Bulan Desember 2024)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan

Jakarta, 17 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agus treana

NPM : 213516316317

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Proposal Skripsi : Representasi Personal Branding Selebgram Fadil Jaidi di Instagram (Analisis Semiotika pada Postingan Bulan Desember 2024)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 14 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Drs. Adi Prakosa, M.Si

Dekan

Dr. Dra. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	:	Agus treana
NPM	:	213516516517
Fakultas/Akademik	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsetrasi	:	Public Relations
Tanggal Sidang	:	24 February 2025
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
REPRESENTASI PERSONAL BRANDING SELEBGRAM FADIL JAIDI DI INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN BULAN DESEMBER 2024)		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
REPRESENTATION OF PERSONAL BRANDING SELEBGRAM FADIL JAIDI ON INSTAGRAM (SEMIOTIC ANALYSIS OF POSTS IN DECEMBER 2024)		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 8 Maret 2025	TGL :	TGL : 8 Maret 2025
 Drs. Adi Prakosa, M.Si	 Djondur Luciana Radjagukguk, S.Sos., Msi	 Agus treana

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Agus treeana
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516517
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Representasi Personal Branding Selebgram Fadil Jaidi di Instagram (Analisis Semiotika pada Postingan Bulan Desember 2024)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24 February 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 8 Maret 2025

Ketua Sidang : Djodjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Keterangan:

*Y Penulisan ini dapat diterima di Sekretariat PDSIP, apabila Skripsi ini telah disetujui dan disetujui oleh LULUS, kemudian ini tidak dapat dipertanyakan.

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Agus treana
NPM : 213516516517
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Representasi Personal Branding Selebgram Fadil Jaedi di Instagram (Analisis Semiotika pada Postingan Bulan Desember 2024)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 19 Februari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Djudjur Luciano R., S.Sos., M.Si
2. Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si
3. Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si
4. Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 24 Februari 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana selebgram @fadiljaidi merepresentasikan personal branding melalui media sosial Instagram dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Personal branding di era digital menjadi aspek penting bagi selebgram untuk membangun citra diri yang kuat dan menarik di mata audiens. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti unggahan foto, video, caption, dan interaksi dengan pengikut, selebgram dapat menciptakan kesan tertentu yang memperkuat identitas digital mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana tanda dan simbol yang digunakan dalam konten @fadiljaidi membentuk citra personal branding-nya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika, yang berfokus pada makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam konten visual dan verbal selebgram tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @fadiljaidi membangun personal branding dengan menampilkan citra humoris, ramah, dan autentik melalui elemen-elemen visual dan interaksi yang konsisten dengan pengikutnya. Melalui penggunaan ekspresi wajah, gaya berbicara, serta narasi dalam caption, ia menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Analisis mitos mengungkapkan bahwa personal branding @fadiljaidi berakar pada budaya populer yang mengedepankan kepribadian yang ceria dan relatable, sehingga meningkatkan engagement dan loyalitas pengikutnya. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang strategi personal branding selebgram serta bagaimana media sosial, khususnya Instagram, menjadi alat utama dalam membangun identitas digital.

Kata Kunci: personal branding, selebgram, media sosial, semiotika, Instagram

ABSTRACT

This study analyzes how the Instagram celebrity @fadiljaidi represents personal branding through social media using Roland Barthes' semiotic approach. In the digital era, personal branding is crucial for influencers to establish a strong and appealing self-image in the eyes of their audience. By utilizing Instagram features such as photo and video posts, captions, and interactions with followers, influencers can create a distinct impression that strengthens their digital identity. The purpose of this study is to understand how the signs and symbols used in @fadiljaidi's content shape his personal branding. The research employs a qualitative approach with semiotic analysis, focusing on the denotative, connotative, and mythological meanings embedded in his visual and verbal content. The findings reveal that @fadiljaidi constructs his personal branding by portraying a humorous, friendly, and authentic persona through consistent visual elements and interactions with followers. Through facial expressions, speech styles, and narrative captions, he fosters emotional closeness with his audience. Myth analysis indicates that @fadiljaidi's branding is rooted in popular culture, emphasizing a cheerful and relatable personality, which enhances engagement and follower loyalty. This study contributes to the understanding of influencer personal branding strategies and how social media, particularly Instagram, serves as a primary tool in shaping digital identity.

Keywords: personal branding, influencer, social media, semiotics, Instagram

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Representasi Personal Branding Selebgram Fadil Jaidi Di Instagram (Analisis Semiotika Pada Postingan Bulan Desember 2024) .” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dan merupakan bentuk kontribusi saya terhadap kajian media digital, pengaruh sosial, serta personal branding.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak bimbingan, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., yang dengan penuh dedikasi memimpin Universitas Nasional sebagai Rektor, senantiasa memberikan arahan strategis untuk menciptakan lingkungan akademik yang kondusif dan mendukung setiap mahasiswanya dalam proses pendidikan, termasuk dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, yang telah memberikan dukungan moral, fasilitas, dan panduan selama penulis menjalani proses pembelajaran di Fakultas ini.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, yang dengan bijaksana memberikan pengawasan akademik serta memastikan seluruh kegiatan akademik berjalan lancar, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses studi dengan baik.
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, yang telah mengelola bidang administrasi dengan sangat baik, sehingga memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan berbagai urusan administratif selama proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, yang telah memberikan

bimbingan dan arahan kepada mahasiswa, termasuk kepada penulis, sehingga dapat menempuh studi dengan baik hingga tahap penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, yang telah mendukung dalam pelaksanaan administrasi program studi, serta memberikan motivasi kepada mahasiswa, termasuk penulis, dalam menyelesaikan proses akademik.
7. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan pemikiran yang telah diberikan untuk memberikan masukan, saran, serta arah yang berharga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta praktik mengenai dunia komunikasi selama masa perkuliahan. Ilmu yang diberikan menjadi bekal yang sangat berarti bagi penulis, baik dalam penyusunan skripsi ini maupun untuk masa depan.
9. Mama Tercinta, Rosma Uhur Saragih, yang tak kenal lelah bekerja keras demi keluarga. Ibu adalah sosok luar biasa, seorang perempuan yang sangat tangguh yang tak pernah berhenti berjuang untuk ke 3 anak-anaknya. Setiap tetes keringat dan pengorbanan Mama menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan studi ini. Meskipun hidup penuh tantangan, Mama selalu menjadi "Mama sekaligus Bapak" bagi penulis. Terima kasih, Mama, atas cinta dan kekuatan yang tak pernah padam.
10. Bapak Tersayang, Sabam Madison Asrial, dengan penuh cinta dan kerinduan, saya persembahkan karya ini untuk nya yang telah mendahului saya kembali ke hadirat Tuhan. Bapak adalah sosok yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan teladan yang luar biasa dalam hidup saya.
11. Kakak, Maria Magdalena, yang telah dengan tulus membantu membiayai perkuliahan penulis hingga akhir. Tanpa dukungan finansial dan moral dari Kakak, penulis mungkin takkan mampu menyelesaikan skripsi ini. Kakak

adalah salah satu sosok yang paling berjasa dalam hidup penulis, dan untuk itu, rasa terima kasih yang mendalam penulis sampaikan. Semoga segala kebaikan dan pengorbanan Kakak dibalas dengan berlipat ganda.

12. Teman-teman Seperjuangan Kemping Ceriah yang selalu ada untuk berbagi suka dan duka. Terima kasih atas tawa, pelajaran, dan juga semangat yang kalian berikan. Bersama kalian, masa-masa sulit di kampus menjadi lebih ringan. Kini, meskipun perjalanan akademik ini berakhir, persahabatan kita tetap akan bertahan.
13. Sahabat-sahabat Saya GNR's Rurry Prima, Sondang Silaban, Ribka Debora, Rahma Wahyuningsih, terima kasih telah menjadi tempat curhat, teman bersandar saat penulis merasa lelah dan ingin menyerah. Kalian adalah bagian penting dalam perjalanan ini, dan tanpa kalian, mungkin penulis tak akan bisa sejauh ini. Setiap pesan semangat, candaan, dan dukungan kalian akan selalu diingat dengan penuh rasa syukur.
14. Orang terkasih yang saat ini bersama saya, yang telah setia menemani saya melewati berbagai tantangan selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan tanpa henti, perhatian, dan pengertian yang diberikan. Kehadiranmu telah memberikan kekuatan bagi penulis untuk tetap berjuang menyelesaikan karya ini.
15. Kepada diri saya sendiri, saya ingin menyampaikan penghargaan atas usaha, ketekunan, dan semangat yang telah saya tunjukkan hingga mencapai tahap ini. Terima kasih telah bertahan dalam situasi sulit, terus belajar, dan tidak menyerah meskipun menghadapi banyak tantangan. Perjalanan ini telah menjadi bukti bahwa saya mampu melampaui batas yang saya kira tidak mungkin. Semoga keberhasilan ini menjadi langkah awal untuk meraih pencapaian yang lebih besar di masa depan.

Dalam skripsi ini, penulis melakukan analisis semiotika untuk mengeksplorasi bagaimana selebgram, khususnya @fadiljaidi, membangun personal branding melalui platform media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan kajian media sosial dan personal branding.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ini.



Jakarta,
september
2024

Penulis,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR TABELHALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR”	ix
DAFTAR ISI	xiii xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikansi Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemetaan Riset – Riset Terdahulu.....	10
2.2 Kebaruan Riset	19
2.2.1 Theoretical Gap	19

2.2.2 Knowledge Gap	21
2.2.3 Methodological Gap	22
2.3 State Of The Art.....	23
2.4 Landasan Teori	29
2.5 Landasan Konsep	32
2.5.1 Representasi.....	32
2.5.2 Personal Branding	33
2.5.3 Media Sosial	35
2.5.4 Instagram	35
2.5.5 Selebgram	37
2.6 Semiotika.....	37
2.6.1 Semiotika Roland Barthes	40
2.7 Kerangka Berpikir	42
Teori Presentasi Diri Jones & Pittman (1982).....	43
Exemplification	43
Supplication	43
Self promotion	43
Ingratiation	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Pendekatan Penelitian.....	44
3.3 Jenis Penelitian	46
3.4 Metode Penelitian	47
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Teknik Analisa Data.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
4.1.1 Akun Instagram @fadiljaidi	54
4.1.2 Sejarah Fadil Jaidi	56
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Ingratiation (Integrasi).....	60
4.2.2 Self-Promotion (Promosi Diri).....	62
4.2.3 Intimidation (Intimidasi)	64
4.2.5 Exemplification (Contoh moral)	66
4.2.6 Supplication (Permohonan).....	69
4.3 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. 2 State Of The Art.....	23

Tabel 4. 1 Ingratiation (Integrasi)	61
Tabel 4. 2 Self-Promotion (Promosi Diri)	62
Tabel 4. 3 Intimidation (Intimidasi).....	64
Tabel 4. 4 Exemplification (Contoh Moral)	67
Tabel 4. 5 Supplication (Permohonan)	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan pertumbuhan followers Instagram fadil jaidi.....	2
Gambar 1. 2 Data Penggunaan Instagram Di Indonesia 2024.....	3
Gambar 1. 3 Tampilan foto @fadiljaidi.....	5
Gambar 2. 1 Bagan kerangka berpikir.....	43
Gambar 4. 1 Tampilan Akun Instagram @fadiljaidi.....	54
Gambar 4. 2 Tampilan foto @fadiljaidi.....	56

