

**PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA  
SOSIAL TIKTOK**

**(Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**LELY PUTRI ARUMNINGTYAS**

**19043010048**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

(Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)

Disusun oleh:

Lely Putri Arum Ningtyas  
19043010048

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi


Menyetujui,

**PEMBIMBING**

  
Dra. Diana Amalia, M.Si  
NIP. 196309071991032001

Mengetahui,

**DEKAN FISIP**

  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA  
SOSIAL TIKTOK  
(Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)**

Disusun oleh:

**Lely Putri Arum Ningtyas**  
19043010048

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 7 Desember 2023


Menyetujui,

**Tim Penguji,**

**Pembimbing**

  
**Dra. Diana Amalia, M.Si**  
NIP. 196309071991032001

**1. Ketua**

  
**Dr. Irwan Dwi Ariante, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 197602082021211003

**2. Sekretaris**

  
**Dra. Diana Amalia, M.Si**  
NIP. 196309071991032001

**3. Anggota**

  
**Dian Hutami, S.I.Kom., M.Med.Kom**  
NIP. 21219940920325

**Mengetahui**  
**DEKAN FISIP**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

iii

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Lely Putri Arumningtyas  
NPM : 19043010048  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA  
SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)

Dengan ini menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 22 Desember 2023

Yang menyatakan,  
  
(Lely Putri Arumningtyas)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi pada Akun TikTok @nasiop)”**. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam pembuatan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M. Med. Kom selaku ketua program studi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Diana Amalia, M.SI selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang sudah membantu penulis.

6. Orang tua dan saudara penulis yang memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat penulis Alvina, Linda, Anin, Debby, Gayuh, Defi dan Wildan yang telah membantu memberikan masukan, diskusi, dan dukungan dalam setiap langkah pada proses penyelesaian skripsi ini.

8. Abdul Wakhid Khatami yang telah menyemangati, memotivasi, dan mendukung penulis dalam setiap langkah pada proses penyelesaian skripsi ini, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan penulis sebagai acuan dalam memperbaiki untuk lebih baik. Semoga Skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penulis dan siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam laporan ini.

Surabaya, 26 Oktober 2023

Lely Putri Arumningtas



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Branding.....	14
2.2.2 Personal Branding.....	16
2.2.3 New Media.....	21
2.2.4 Media Sosial (TikTok).....	24
2.2.5 Analisis Isi.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Definisi Konseptual.....	33
3.3.1 Personal Branding.....	34
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	36
3.5 Sumber Data.....	36
3.6 Corpus Penelitian.....	37

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	51
3.9 Pengumpulan Data.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Profil Nasion Patriotik.....	54
4.2 Akun TikTok nasionp.....	55
4.3 Penyajian Data.....	58
4.4 Pembahasan.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2 Perbedaan media lama dengan media baru.....	24
Tabel 3 Corpus Penelitian.....	40
Tabel 4 Spesialisasi.....	59
Tabel 5 Kepemimpinan.....	60
Tabel 6 Kepribadian.....	62
Tabel 7 Perbedaan.....	63
Tabel 8 Kenampakan.....	65
Tabel 9 Kesatuan.....	66
Tabel 10 Keteguhan.....	68
Tabel 11 Nama Baik.....	69

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Profil Akun TikTok @nasionp.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4.1.1 Nasion Patriotik.....	56
Gambar 4.1.2 Akun TikTok @nasionp.....	59

**PERSONAL BRANDING NASION PATRIOTIK MELALUI MEDIA  
SOSIAL TIKTOK**

**(Analisis Isi pada Akun TikTok @nasionp)**

Lely Putri Arum Ningtyas

19043010048

**ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi melahirkan fenomena digital yakni pergeseran pemanfaatan media sosial TikTok menjadi sarana penyajian konten edukasi. TikTok merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk membagikan video ataupun foto, namun tidak hanya itu populernya media sosial TikTok digunakan untuk meningkatkan interaksi para penggunanya, membangun dan membentuk citra diri, serta untuk meningkatkan popularitas. *Content creator* yang sukses dalam memanfaatkan TikTok sebagai media untuk membagikan konten edukasi fotografi dan videografi yaitu Nasion Patriotik. Selama penelitian ini dibuat Nasion Patriotik merupakan *content creator* dengan 5,6 juta pengikut diTikTok dan memenangkan beberapa penghargaan seperti TikTok Award kategori *content creator* edukasi. Penelitian ini mengkaji tentang personal branding Nasion Patriotik pada media sosial TikTok.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi pendekatan kualitatif. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi konten – konten Nasion Patriotik, kemudian dianalisis berdasarkan delapan konsep personal branding menurut Peter Montoya. Ditemukan bahwa Nasion Patriotik menerapkan delapan konsep personal branding menurut Peter Montoya, namun cenderung menonjolkan konsep spesialisasi dan keteguhan dalam membangun personal brandingnya. Sesuai dengan teori personal branding spesialisasi dan keteguhan, Nasion Patriotik cenderung menunjukkan keahliannya sebagai fotografer dan videografer profesional dan konsistensinya dalam mengunggah konten – konten edukasi.

**Kata Kunci:** Personal Branding, Analisis Isi, Media Baru, TikTok.

**NATION PATRIOTIK PERSONAL BRANDING THROUGH TIKTOK  
SOCIAL MEDIA**

**(Content Analysis on TikTok Account @nasionp)**

Lely Putri Arum Ningtyas

19043010048

**ABSTRACT**

The rapid development of communication technology gave birth to a digital phenomenon, namely the shift in the use of TikTok social media to present educational content. TikTok is one of the social media used to share videos or photos, but not only that, the popularity of TikTok social media is used to increase user interaction, build and shape self-image, and to increase popularity. Content creators who are successful in utilizing TikTok as a medium for sharing photography and videography educational content are Nasion Patriotik. During this research, Nasion Patriotik was a content creator with 5.6 million followers on TikTok and won several awards such as the TikTok Award in the educational content creator category. This research examines the personal branding of Nasion Patriotik on TikTok social media.

This research uses a qualitative approach content analysis method. Content analysis was used to identify Nasion Patriotik's content, then analyzed based on eight personal branding concepts according to Peter Montoya. It was found that Nasion Patriotik applies eight personal branding concepts according to Peter Montoya, but tends to highlight the concepts of specialization and constancy in building its personal branding. In accordance with the personal branding theory of specialization and constancy, Nasion Patriotik tends to show its expertise as a professional photographer and videographer and its consistency.

**Key Word:** Personal Branding, Content Analysis, New Media, TikTok

