

**ANALISIS IMAGE NAJWA SHIHAB DALAM MENYUARAKAN *HASHTAG*
INSTAGRAM ‘DIRUMAHAJA’ DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh:

**Radetya Shafira Razif
1610861018**

**Pembimbing:
Dr. Sarmiati, M.Si
Yesi Puspita, M.Si**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

ANALISIS *IMAGE* NAJWA SHIHAB DALAM MENYUARAKAN *HASHTAG* INSTAGRAM ‘DIRUMAHAJA’ DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh:
Radetya Shafira Razif
1610861018

Pembimbing:

Dr. Sarmiati, M.Si
Yesi Puspita, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *image* Najwa Shihab menurut pandangan atau persepsi mahasiswa Universitas Andalas (selanjutnya disingkat Unand) saat melakukan persuasi menggunakan #dirumahaja di Instagram untuk memutus mata rantai pandemi Covid-19 dan mendeskripsikan dampaknya pada perilaku mahasiswa Unand. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* untuk menentukan informan penelitian. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik *interactive model* dari Miles dan Huberman. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi waktu dan metode. Untuk membahas penelitian ini, peneliti menggunakan konsep *image*, komunikasi persuasi, Instagram dan *hashtag*, dan teori persepsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Najwa memiliki *image* yang positif menurut persepsi mahasiswa Unand yakni kredibilitasnya yang bagus seperti kemampuan komunikasi yang baik, penampilan yang menarik, hingga kepribadiannya yang tegas dan berani. Sehingga ketika Najwa melakukan persuasi pada PSBB dengan #dirumahaja, mahasiswa Unand menyambut baik persuasi tersebut. Pesan yang disampaikan juga simpel karena bahasa yang digunakan dalam #dirumahaja merupakan bahasa sehari-hari, serta Najwa mempersuasi pesan tersebut secara berulang hingga melekat di ingatan mahasiswa Unand. Persuasi yang dilakukan Najwa turut berdampak kepada mahasiswa Unand yaitu bertambahnya ilmu pengetahuan, serta meningkatnya kesadaran mahasiswa Unand untuk meminimalisir aktifitas diluar rumah dan melakukan *social distancing* meskipun sudah memasuki era *new normal*.

Kata kunci: persepsi, *image*, persuasi, perilaku.

ABSTRACT

IMAGE ANALYSIS OF NAJWA SHIHAB IN VOICING THE INSTAGRAM HASHTAG 'DIRUMAHAJA' ACCORDING TO ANDALAS UNIVERSITY STUDENTS

By:

**Radetya Shafira Razif
1610861018**

Supervisor:

**Dr. Sarmiati, M.Si
Yesi Puspita, M.Si**

This study aims to analyze the image of Najwa Shihab according to the views or perceptions of Andalas University students (hereinafter abbreviated as Unand) when conducting persuasion using #dirumahaja on Instagram to break the chain of the Covid-19 pandemic and describe its impact on the behavior of Unand students. This study uses a qualitative research method with a case study approach. The paradigm used is the constructivism paradigm. This study uses a purposive technique to determine research informants. Data collection techniques were obtained by means of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique in this study used interactive model techniques from Miles and Huberman. The data validity test used time and method triangulation. To discuss this research, researchers used the concept of image, persuasion, Instagram, hashtags, and perception theory. The results showed that Najwa has a positive image according to the perceptions of Unand students, namely good credibility, such as good communication skills, attractive appearance, to her courageous personality. So when Najwa did persuasion at PSBB with #dirumahaja, Unand students welcomed the persuasion. The message conveyed was simple because the language in #dirumahaja was everyday language, and Najwa persuaded the message repeatedly so that it stuck in the memories of Unand students. The persuasion also had an impact on Unand students, namely the increase in knowledge, and increased awareness of Unand students to minimize activities outside the home and doing social distancing even though now had entered the new normal era.

Keyword: image, persuasion, perceptions, behavior.