



**ANALISIS RESEPSI MAHASISWA/I UNIVERSITAS MERCU
BUANA TERHADAP PERSONAL BRANDING FUJIAN TI
UTAMI MELALUI KONTEN OLAHRAGA DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
CINDY SHIBA SALSABILA
44222010092
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**ANALISIS RESEPSI MAHASISWA/I UNIVERSITAS MERCU
BUANA TERHADAP PERSONAL BRANDING FUJIAN TI
UTAMI MELALUI KONTEN OLAHRAGA DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

CINDY SHIBA SALSABILA

44222010092

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CINDY SHIBA SALSABILA

NIM : 44222010092

Fakultas/Program Studi : ILMU KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“ANALISIS RESEPSI MAHASISWA/ UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP *PERSONAL BRANDING* FUJIAN TI UTAMI MELALUI KONTEN OLAHRAGA DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025



(Cindy Shiba Salsabila)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Cindy Shiba Salsabila

Nim : 44222010092

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Analisis Resepsi Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana Terhadap *Personal Branding* Fujianti Utami Melalui Konten Olahraga Di Media Sosial *Instagram*”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 18%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : CINDY SHIBA SALSABILA

NIM : 44222010092

Fakultas/Program Studi : ILMU KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir : ANALISIS RESEPSI MAHASISWAI UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP *PERSONAL BRANDING* FUJIAN TI UTAMI MELALUI KONTEN OLAHRAGA DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

Anindita S.Pd, M.Ikom

NIDN/NUPTK: 0306018903

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK : 0318116602

Ketua Program Studi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTK : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana Terhadap *Personal branding* Fujianti Utami Melalui Konten Olahraga Di Media Sosial *Instagram*” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada program studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil oleh karena itu peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan beliau telah membantu penulis untuk terus berkembang dan menyelesaikan skripsi ini dengan lebih terarah dan terstruktur.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Seluruh dosen, pegawai dan staff Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis selama penelitian.
6. Teristimewa keluarga tercinta, terutama Ayahanda Zalfinus, S.E dan Ibunda Emi Yanti, atas cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan tiada henti yang menjadi fondasi utama dalam setiap langkah hidup penulis. Juga kepada

kakak dan adik tersayang, Ravena Zahran, S.E dan Muhammad Aldo Oktora, yang senantiasa memberi semangat dan keceriaan dalam keseharian penulis.

7. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada satu sosok yang selama ini diam- diam berjuang tanpa henti, Seorang Perempuan sederhana dengan Impian yang tinggi. Terimakasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Cindy Shiba Salsabila. Terimakasih telah turut hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tak selalu dirayakan orang lain. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dirimu bersinar dimanapun tempatmu bertumpu. Aku berdoa, Semoga Langkah dari kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
9. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan, kritikan dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Tugas Akhir ini dapat menambahkan pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila ada kekurangan dalam Tugas Akhir ini.

Jakarta, 6 Maret 2025

Cindy Shiba Salsabila
44222010092

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CINDY SHIBA SALSABILA
NIM : 44222010092
Fakultas/Program Studi : ILMU KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI
Judul Tugas Akhir : ANALISIS RESEPSI MAHASISWAI UNIVERSITAS
MERCU BUANA TERHADAP *PERSONAL BRANDING* FUJANTI UTAMI MELALUI
KONTEN OLAHRAGA DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Cindy Shiba Salsabila)

ABSTRAK

Nama : Cindy Shiba Salsabila
NIM : 44222010092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana
Pada *Personal branding* Fujianti Utami Melalui Konten
Olahraga Di Media Sosial *Instagram*.
Pembimbing : Anindita, S.Pd, M.Ikom

Media sosial *Instagram* berperan sebagai media strategis dalam pembentukan *personal branding* figur publik. Fujianti Utami memanfaatkan platform tersebut dengan menampilkan konten olahraga seperti padel, jetski, dan bulu tangkis yang mencerminkan citra diri aktif dan sporty. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis resepsi mahasiswa/i Universitas Mercu Buana terhadap *personal branding* Fujianti Utami melalui konten olahraga di *Instagram*.

Penelitian ini didukung oleh lima penelitian terdahulu serta menggunakan konsep komunikasi digital, *personal branding*, dan khalayak aktif, dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi berdasarkan teori encoding - decoding Stuart Hall dalam konteks media sosial *Instagram*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi dari Stuart Hall. Subjek penelitian terdiri atas delapan informan dari kalangan mahasiswa Generasi Z Universitas Mercu Buana yang merupakan pengikut aktif akun *Instagram* @fuji_an, yang diwawancarai secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi mahasiswa Universitas Mercu Buana terhadap konten olahraga Fujianti Utami di *Instagram* berada pada posisi dominan dan negosiasi. Pemaknaan terbentuk berdasarkan latar usia, gender, pengalaman pribadi, budaya, serta ekspektasi masing-masing informan yang membentuk cara mereka memahami konten Fujianti Utami.

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa konten olahraga Fujianti Utami efektif dalam membangun *personal branding* yang positif dan autentik di *Instagram*. Saran penelitian ini menekankan agar Fujianti Utami menjaga konsistensi dan autentisitas konten sebagai bagian dari strategi komunikasi digital.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, *Personal branding* Konten Olahraga, *Instagram*, Mahasiswa.

ABSTRACT

Name : Cindy Shiba Salsabila
NIM : 44222010092
Study Program : Communication Science
Title Of Thesis Report : *Analysis of Mercu Buana University Student Reception On Fujianti Utami Personal branding Through Sports Content On Instagram Social Media.*
Supervisor : Anindita, S.Pd, M.Ikom

Instagram plays a strategic role in shaping the personal branding of public figures. Fujianti Utami utilizes the platform by showcasing sports content such as padel, jet skiing, and badminton, reflecting an active and sporty self-image. This study aims to identify and analyze the reception of students at Mercu Buana University toward Fujianti Utami's personal branding through sports content on Instagram.

This research is supported by five previous studies and utilizes the concepts of digital communication, personal branding and active audiences. It employs a reception analysis approach based on Stuart Hall's encoding-decoding theory in the context of Instagram.

This study employs a constructivist paradigm and a qualitative approach using Stuart Hall's reception analysis method. The research subjects consisted of eight informants from Generation Z students at Mercu Buana University who are active followers of the Instagram account @fuji_an. They were interviewed in-depth.

The results indicate that Mercu Buana University students' reception of Fujianti Utami's sports content on Instagram is dominated by a negotiation. Interpretations are shaped by each informant's age, gender, personal experiences, culture, and expectations, which shape how they interpret Fujianti Utami's content.

The conclusion of this study confirms that Fujianti Utami's sports content is effective in building a positive and authentic personal brand on Instagram. This study recommends that Fujianti Utami maintain content consistency and authenticity as part of her digital communication strategy.

Keywords: *Reception Analysis, Personal branding, Sports Content, Instagram, Students.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI RESPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Akademis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Teoritis.....	28
2.2.1 Komunikasi.....	28
2.2.2 Public Relations.....	33
2.2.3 Personal branding	34
2.2.4 Personal Public Relations	39

2.2.5 Influencer.....	41
2.2.6 New Media	42
2.2.7 Media Sosial	44
2.2.8 Aplikasi <i>Instagram</i>	45
2.2.9 Teori Resepsi, Proses Encoding Decoding, dan Peran Khalayak Aktif	47
BAB III.....	52
METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Paradigma Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	52
3.3 Unit Analisis Data.....	53
3.4 Subjek Penelitian	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5.1 Data Primer.....	63
3.5.2. Data Sekunder	64
3.6 Teknik Analisis Data.....	64
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	66
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.1 Profil Fujianti Utami.....	67
4.1.2. Profil Akun <i>Instagram</i> @fujji_an	69
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Resepsi Khalayak tentang Fujianti Utami di Media Sosial	73
4.2.1.1. Kemunculan Fujianti Utami di Media Sosial <i>Instagram</i>	74
4.2.1.2. Perkembangan Fujianti Utami di Media Sosial <i>Instagram</i>	80
4.2.2 Resepsi Khalayak mengenai <i>Personal branding</i> Fujianti Utami	86
4.2.2.1. Spesialisasi.....	86
4.2.2.2. Kepemimpinan.....	91
4.2.2.3 Kepribadian.....	95
4.2.2.4. Perbedaan.....	100
4.2.2.5. Kenampakan	104

4.2.2.6 Kesatuan.....	109
4.2.2.7 Keteguhan	113
4.2.2.8 Maksud Baik	118
4.3 Pembahasan	124
4.3.1. Proses Encoding- Decoding.....	124
4.3.2. Resepsi Khalayak terhadap <i>Personal branding</i> Fujianti Utami	128
4.3.3 Faktor Pemaknaan.....	135
BAB V	139
KESIMPULAN DAN SARAN	139
5.1 Kesimpulan.....	139
5.2 Saran	140
5.2.1 Saran Akademis	140
5.2.2 Saran Praktis	141
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	146



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pembanding Fujianti Utami Dengan Influencer Lainnya	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	59
Tabel 4. 1 Posisi Khalayak dalam memaknai Personal branding Fujianti Utami	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @fuji_an 16 Mei 2025.....	2
Gambar 1. 2 Capture konten sporty Fujianti Utami di <i>Instagram</i>	3
Gambar 1. 3 Kutipan berita terkait Fujianti Utami	4
Gambar 1. 4 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025	6
Gambar 1. 5 Perincian Pengguna Instagram berdasarkan Kelompok Umur	7
Gambar 3. 1 Konten Instagram Fujianti Utami Putri (Bermain Bulu Tangkis)	54
Gambar 3. 2 Konten Instagram Fujianti Utami Putri (Bermain Padel).....	55
Gambar 3. 3 Konten Instagram Fujianti Utami Putri (bermain jetski)	56
Gambar 4. 1 Profil Fujianti Utami	67
Gambar 4. 2 Akun Instagram @fuji_an 16 Mei 2025.....	69
Gambar 4. 3 Unggahan Foto Instagram Fujianti Utami 18 Mei 2025	71
Gambar 4. 4 Konten Instagram Fujianti Utami 15 Januari Dan 27 April 2025	73
Gambar 4. 5 Fujianti Utami Kerjasama dengan brand sporty.....	93
Gambar 4. 6 Fujianti Utami menampilkan dengan caption healing	121



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : PEDOMAN WAWANCARA.....	146
LAMPIRAN 2 : TRANSKRIP WAWANCARA.....	148
LAMPIRAN 3. CV	185

