



**ANALISIS RESEPSI PENGIKUT TERHADAP FAKTUALITAS
KONTEN *UNBOXING BLINDBOX* PADA AKUN TIKTOK
“@ASAKECIL”**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

ANIKA SULISTIAWATI

44222010244

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**ANALISIS RESEPSI PENGIKUT TERHADAP FAKTUALITAS
KONTEN *UNBOXING BLINDBOX* PADA AKUN TIKTOK
“@ASAKECIL”**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

ANIKA SULISTIAWATI

44222010244

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anika Sulistiawati
NIM : 44222010244
Fakultas/Program Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten Unboxing Blindbox Pada Akun Tiktok @asakecil.”

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Desember 2025



Anika Sulistiawati.

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Anika Sulistiawati

NIM : 44222010244

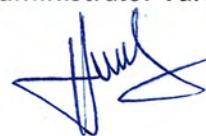
Program Studi : Public Relations

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten Unboxing Blindbox Pada Akun Tiktok @asakecil”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax: 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Anika Sulistiawati
NIM : 44222010244
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas
Konten Unboxing Blindbox Pada Akun Tiktok
@asakecil

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

a/n 

(Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom)

NIDN/NUPTK: 0326089202

MERCU BUANA

Jakarta, 22 Desember 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, karunia, dan kekuatan-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten *Unboxing blindbox* Pada Akun Tiktok @asakecil" dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pihak yang turut memberikan kontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang disusun sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana. Proses penyusunan skripsi ini telah memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan penelitian, hingga penulisan laporan akhir. Melalui penelitian ini, penulis telah memperoleh wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai Faktualitas konten *unboxing blindbox*.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini bukanlah hasil kerja individual semata, melainkan berkat dukungan, bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Tanpa adanya dukungan tersebut, tentunya akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan ketelitian.
2. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh jajaran Dosen Universitas Mercu Buana terutama Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Andi Suhandi dan Ibu Nia Kurniawati yang telah memberikan dukungan moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
7. Kakak dan adik tersayang, yang telah memberikan dukungan serta menghibur peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Para Informan, Talitha Phelia, Fauziah Alma Syafira, Ifa Agustina, Septina Fidyaningtyas, dan Andrew Okta Mahendra yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan di perkuliahan, Salsa, Angelica, Adsyla, Kanaya, dan Almeyra yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kerjasama yang baik sealama masa perkuliahan.
10. Teman-teman peneliti sedari SMA, Winny Sabiya, Fauziah Alma Syafira, Cut Zhiva, Afra Ainun yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a kepada peneliti.
11. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, melangkah, dan tidak berhenti hingga sampai pada titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, serta dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Anika Sulistiawati
NIM : 44222010244
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten Unboxing Blindbox Pada Akun Tiktok @asakecil

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Desember 2025

Yang menyatakan,



Anika Sulistiawati

ABSTRAK

Nama : Anika Sulistiawati
NIM : 44222010244
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten *Unboxing blindbox* Pada Akun Tiktok @asakecil
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M. Ikom

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pesatnya konten hiburan digital di era saat ini salah satunya maraknya konten *unboxing*. Penelitian ini berfokus bagaimana analisis resepsi pengikut terhadap faktualitas konten *unboxing blindbox* pada akun tiktok @asakecil. Dan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi pengikut aktif Asakecil dalam memaknai faktualitas konten *unboxing blindbox* pada akun Tiktok @asakecil.

Penelitian ini menggunakan teori dari Stuart Hall dengan teknik analisis resepsi serta proses encoding-decoding yang membagi posisi *audiens* menjadi tiga: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Teori ini menekankan bahwa pesan media tidak selalu diterima secara utuh, melainkan dipahami berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing individu. Penelitian ini menganalisis indikator konten faktual berdasarkan teori McQuail berdasarkan tiga aspek: kebenaran, relevansi, dan informatif.

Jenis Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima informan pengikut yang aktif mengakses konten pada akun tiktok @asakecil Informan dipilih secara purposive untuk menggali perspektif yang beragam terhadap faktualitas konten *unboxing blindbox*. Dengan teknik analisis data menggunakan teknik analisis resepsi, dan menggunakan Triangulasi Sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa resepsi informan terbagi dalam tiga posisi: sebagian menerima sepenuhnya isi konten (dominan), sebagian menerima dan menolak secara selektif (negosiasi), dan sebagian lainnya menolak pesan secara keseluruhan (oposisi). Faktor yang memengaruhi persepsi informan pengalaman pribadi, lingkungan sosial, dan latar pendidikan. Penelitian ini menegaskan bahwa pengikut Asakecil merupakan *audiens* kritis dalam menghadapi konten informatif di era media digital.

Kata Kunci: Pengikut, Tiktok, *Unboxing Blindbox*, Faktualitas, Analisis Resepsi.

ABSTRACT

Name : Anika Sulistiawati
NIM : 44222010244
Study Program : Public Relations
Thesis Report Title : Analysis of Followers Reception of the Factuality of Blindbox Unboxing Content on the TikTok Account @asakecil
Counsellor : Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M. Ikom

This research is motivated by the rapid growth of digital entertainment content in the current era, one of which is the proliferation of unboxing content. This study focuses on analyzing followers' reception of the factuality of blindbox unboxing content on the TikTok account @asakecil. The aim of this research is to understand how active followers of Asakecil interpret the factuality of blindbox unboxing content on the TikTok account @asakecil.

This study uses Stuart Hall's theory with reception analysis techniques and the encoding-decoding process, which divides the audience's positions into three: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. This theory emphasizes that media messages are not always received in their entirety but are understood based on each individual's social, cultural, and experiential background. The study analyzes factual content theory by McQuail based on three aspects: accuracy, relevance, and informativeness.

This type of research uses a constructivist paradigm with a qualitative research method. Data was obtained through in-depth interviews with five follower informants who actively accessed content on the TikTok account @asakecil. The informants were selected purposively to explore diverse perspectives on the factuality of blindbox unboxing content. The data analysis technique employed a reception analysis method and used source triangulation.

The results of this study show that informants' reception is divided into three positions: some fully accept the content (dominant), some accept and reject it selectively (negotiated), and others reject the message entirely (oppositional). Factors influencing informants' perceptions include personal experience, social environment, and educational background. This study confirms that Asakecil followers are a critical audience when engaging with informative content in the digital media era.

Keywords: Followers, Tiktok, Blindbox Unboxing , Factuality, Reception Analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Teoritis	29
2.2.1 Komunikasi Digital.....	29
2.2.2 Media Digital	30
2.2.2.1 Media Sosial.....	31
2.2.3 Konten.....	39
2.2.4 Konten Faktual Sebagai Pesan Komunikasi	40

2.2.4.1 Faktualitas Dalam Konten.....	41
2.2.4.2 Indikator Faktual	42
2.2.6 Proses Encoding-Decoding	46
2.2.7 Resepsi khalayak.....	51
BAB III.....	53
METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Paradigma Penelitian	53
3.2 Metode Penelitian	53
3.3 Subjek Penelitian & Unit Analisis	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1 Data Primer	57
3.4.2 Data Sekunder	58
3.5 Teknik Analisis Data.....	58
3.6 Teknik Keabsahan Data	59
BAB IV	61
HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelian	61
4.1.1 Akun Tiktok Asakecil	61
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Resepsi Pengikut terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Kebenaran	63
4.2.2 Resepsi Pengikut terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Relevansi.....	72
4.2.3 Resepsi Pengikut terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Informatif	81
4.3 Pembahasan.....	95
4.3.1 Analisis Resepsi khalayak terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> Pada Akun Tiktok @asakecil	95
4.3.2 Analisis Karakteristik Media Sosial Pada Pengikut di Konten <i>Unboxing blindbox</i> Pada Akun Tiktok @asakecil.....	102
4.3.3 Khalayak Aktif Terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> Pada Akun Tiktok @asakecil	106
BAB V.....	111

KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Akademis	113
5.2.2 Saran Praktis.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Tiktok @asakecil.....	2
Gambar 2 Konten <i>Unboxing</i> viral @asakecil	3
Gambar 3 Contoh konten <i>unboxing</i>	5
Gambar 4 Jenis Konten diakses Masyarakat Indonesia	7
Gambar 5 Data Pengguna Tiktok.....	8
Gambar 6 Tujuan Masyarakat Indonesia menggunakan Internet	9
Gambar 7 Komentar pengikut @asakecil	11
Gambar 8 komentar akun @Yunhwana pada kolom komentar video yang berjudul “UNBOXING BABY THREE”	12
Gambar 9 Interaksi pada konten <i>unboxing</i> di akun tiktok @asakecil.....	13
Gambar 10 Model komunikasi Encoding Decoding	48
Gambar 11 Teori Stuart Hall 3 posisi khalayak.....	50
Gambar 12 Akun Tiktok @Asakecil.....	61
Gambar 13 Video <i>Unboxing</i> "BABY THREE"	62
Gambar 14 Terlihat adanya kerjasama Brand.....	70
Gambar 15 Tanggapan.....	75
Gambar 16 Detai Close Up Konten	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Mapping kompetitor @asakecil.....	4
Tabel 2 Penelitian terdahulu	21
Tabel 3 Daftar Informan	56
Tabel 4 Representasi Pengikut terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing</i> pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Kebenaran.....	71
Tabel 5 Representasi Pengikut terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Relevansi	79
Tabel 6 Representasi Pengikut Terhadap Faktualitas Konten <i>Unboxing blindbox</i> Pada Akun Tiktok @asakecil Berdasarkan Aspek Informatif	87
Tabel 7 Hasil Penelitian	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Draft Pertanyaan Wawancara.....	122
Lampiran 2: Transkrip Wawancara Informan dan Dokumentasi	125
Lampiran 3: CV	148

