



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN
SELEBRITI ANAK
DI TIKTOK @TERCIPUNGCIPUNG.ABUBU**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

KHAERUNNISA FEBRIYANI

44119010090

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN
SELEBRITI ANAK
DI TIKTOK @TERCIPUNGCIPUNG.ABUBU**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**KHAERUNNISA FEBRIYANI
44119010090**

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khaerunnisa Febriyani

NIM 44119010090

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Broadcasting

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Selebriti Anak Di Tiktok @tercipungcipung.abubu" 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.

Jakarta, 13 Februari 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Khaerunnisa Febriyani

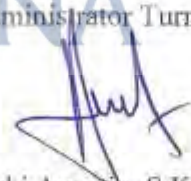
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Khaerunnisa Febriyani
NIM : 44119010090
Program Studi : Broadcasting
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Selebriti Anak Di TikTok @tercipungcipung.abubu” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 16%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 13 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustini 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

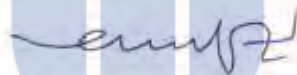
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Khaerunnisa Febriyani
NIM : 44119010090
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Broadcasting
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Selebriti Anak Di TikTok @tercipungcipung.abubu

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 31 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:



(Dr. Feni Fasta, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0306047601

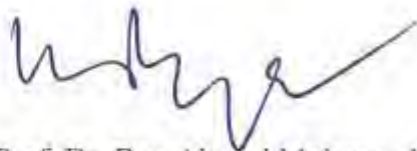
U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Jakarta, 13 Februari 2026 Mengetahui,

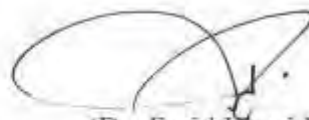
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Broadcasting



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

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Resepsi Khalayak pada Konten Selebriti Anak di TikTok @tercipungcipung.abubu”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Feni Fasta, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis atas ilmu, bimbingan, serta pelayanan akademik yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yaitu Papa Widodo dan Ibu Iko Haryani. Terima kasih atas semua doa dan usaha nya karena berkat papa dan ibu sekarang mba icha sampai dititik ini mba juga mau minta maaf karena tida bisa menyelesaikan pendidikan ini dengan tepat waktu, tapi mba janji mba akan menjadi anak yang lebih baik dan lebih nurut lagi untuk kedepannya.
7. Seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi secara terbuka serta jujur, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan memperoleh data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Firda Khoirunnisa, S.I.Kom dan Sabila Rosyada, S.I.Kom karena sudah mau jadi teman, sahabat dan tempat berkeluh kesah selama ini.
9. Apresiasi dan terima kasih penulis sampaikan kepada sosok yang secara tidak langsung telah memberikan semangat, hiburan, dan inspirasi dalam proses penyusunan skripsi ini. Melalui kehadiran Rayyanza Malik Ahmad

(Cipung) dalam berbagai konten media sosial, penulis memperoleh sudut pandang dan motivasi yang turut memperkaya kajian dalam penelitian ini.

10. Kepada mini circle ku yaitu Adam, Khairul, Azriel, Azka, Syamil dan Inestasya, terima kasih banyak untuk dukungannya selama ini.
11. Teman-teman penulis, khususnya rekan seperjuangan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk kebersamaan selama proses perkuliahan dan terima kasih karena sudah memberikan berbagai informasi terkait perkuliahan.
12. Kepada seseorang yang tidak dapat penulis sebutkan namanya, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, perhatian dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
13. Terakhir, saya berterima kasih kepada satu sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi dengan impian yang sangat besar. Terima kasih kepada peneliti skripsi ini yaitu diriku sendiri, Khaerunnisa Febriyani. Anak tungga perempuan sekaligus harapan orang tuanya. Terima kasih telah hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala rintangan yang ada, semoga hal baik selalu menyertai diri ini. Aamiin

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi dan kajian media digital.

Jakarta, 13 Februari 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Khaerunnisa Febriyani
44119010090

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Khaerunnisa Febriyani
NIM : 44119010090
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Broadcasting
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak
Pada Konten Selebriti Anak Di TikTok @tercipungcipung.abubu

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, 13 Februari 2026
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Khaerunnisa Febriyani
44119010090

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN SELEBRITI ANAK DI TIKTOK @TERCIPUNGCIPUNG.ABUBU

KHAERUNNISA FEBRIYANI

ABSTRAK

Nama : Khaerunnisa Febriyani
NIM : 44119010090
Program Studi : Broadcasting
Judul : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Selebriti
Anak Di TikTok @tercipungcipung.abubu
Pembimbing : Dr. Feni Fasta, M.Si

Fenomena selebriti anak di media sosial, khususnya pada platform TikTok, menjadi bagian dari budaya digital kontemporer yang menarik perhatian publik. Salah satu figur yang menonjol adalah Rayyanza Malik Ahmad atau Cipung, yang kerap muncul dalam berbagai konten keluarga dan memperoleh respons luas dari khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai konten selebriti anak Cipung pada akun TikTok @tercipungcipung.abubu dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, yang menempatkan khalayak sebagai subjek aktif dalam membangun makna media. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tujuh informan yang dipilih secara purposif, kemudian dianalisis berdasarkan posisi pemaknaan dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi khalayak terhadap konten Cipung bersifat beragam. Pada posisi dominan-hegemonik, konten diterima sebagai hiburan ringan dan kehangatan keluarga. Pada posisi negosiasi, khalayak tetap menikmati konten sambil menyadari konstruksi media dan batas privasi anak. Sementara pada posisi oposisi, khalayak menolak normalisasi anak sebagai figur publik karena isu eksposur dan privasi. Kesimpulannya, makna konten selebriti anak dikonstruksikan secara berbeda oleh khalayak, sejalan dengan teori encoding-decoding Stuart Hall, serta memperkaya kajian komunikasi tentang kidfluencer di Indonesia.

Kata kunci: resepsi khalayak, selebriti anak, kidfluencer, TikTok, encoding-decoding

**AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF CHILD CELEBRITY CONTENT
ON TIKTOK @TERCIPUNGCIPUNG.ABUBU**

KHAERUNNISA FEBRIYANI

ABSTRACT

Nama : Khaerunnisa Febriyani
NIM : 44119010090
Program Studi : Broadcasting
Judul : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Selebriti
Anak Di TikTok @tercipungcipung.abubu
Pembimbing : Dr. Feni Fasta, M.Si

The phenomenon of child celebrities on social media has become an integral part of contemporary digital culture, particularly on video-based platforms such as TikTok. One prominent figure is Rayyanza Malik Ahmad, widely known as Cipung, who frequently appears in family-oriented content and attracts significant public attention. This study aims to examine how audiences interpret the child celebrity content of Cipung on the TikTok account @tercipungcipung.abubu by employing Stuart Hall's reception analysis framework. Using a qualitative approach within a constructivist paradigm, this study positions audiences as active agents in the construction of media meaning. Data were collected through in-depth interviews with seven purposively selected informants and analyzed according to three decoding positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional.

The findings indicate that audience reception of Cipung's content is diverse. In the dominant-hegemonic position, the content is perceived as light entertainment and a representation of family warmth. In the negotiated position, audiences continue to enjoy the content while becoming aware of media construction and the boundaries of a child's privacy. Meanwhile, in the oppositional position, audiences reject the normalization of children as public figures due to concerns over exposure and privacy. This study concludes that the meanings of child celebrity content are constructed differently by audiences, aligning with Stuart Hall's encoding-decoding theory and contributing to communication studies on the kidfluencer phenomenon in Indonesia.

Keywords: audience reception, child celebrity, kidfluencer, TikTok, encoding-decoding

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Teori Encoding-Decoding	19
2.2.2 Teori Resepsi.....	21
2.2.3 Komunikasi	23
2.2.4 Komunikasi	25
2.2.5 Media Sosial dan Tiktok	27
2.2.5.1 Media Sosial	27
2.2.5.2 Media Baru	30

2.2.5.3	Media Baru	33
2.2.5.4	Tiktok.....	35
2.2.6	Kidfluencer	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		45
3.1	Paradigma Penelitian.....	45
3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Subjek Penelitian	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	50
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1	Profil Akun TikTok @tercipungcipung.abubu	55
4.1.2	Profil Informan Penelitian	59
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.2.1	Posisi Hegemoni/Dominan	65
4.2.2	Posisi Negosiasi	73
4.2.3	Posisi Oposisi.....	83
4.3	Pembahasan.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	99
5.2.1	Saran Akademik	99
5.2.2	Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1- 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2- 1 Kerangka Analisis Resepsi	22
Tabel 4.1- 1 Profil Informan.....	63
Tabel 4.2- 1 Resepsi Khalayak terhadap Konten Cipung dengan Posisi Hegemoni Dominan	72
Tabel 4.2- 2 Resepsi Khalayak terhadap Konten Cipung dengan Posisi Negosiasi	82
Tabel 4.2- 3 Resepsi Khalayak terhadap Konten Cipung dengan Posisi Oposisi	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1- 1 Akun TikTok Cipung Official	2
Gambar 1.1- 2 Pertumbuhan Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	5
Gambar 1.1- 3 Pengguna Aktif Aplikasi Media Sosial di Indonesia 2025	6
Gambar 2.2- 1 Logo TikTok.....	35
Gambar 4.1- 1 Profil dan Popularitas Akun TikTok @tercipungcipung.abubu.....	56
Gambar 4.1- 2 Akun TikTok keluarga @raffinagita1717dan aktifitas Cipung	57
Gambar 4.1- 3 4.13Akun TikTok Sus Rini (Pengasuh Cipung).....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan.....	104
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	125
Lampiran 3. Bukti Informan	126
Lampiran 4. Lembar Persetujuan Informan	127
Lampiran 5. Curriculum Vitae Khaerunnisa Febriyani.....	134

