



**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING
NADIA OMARA SEBAGAI STORY TELLER HORROR DI
CHANNEL YOUTUBE @NADIAOMARAA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**ALDA FUADYAH
44222010066**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING
NADIA OMARA SEBAGAI STORY TELLER HORROR DI
CHANNEL YOUTUBE @NADIAOMARAA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**ALDA FUADIYAH
44222010066**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alda Fuadiyah

NIM : 44222010066

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding Nadia Omara Sebagai Storyteller Horror di Channel Youtube @nadiaomaraa” 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, 18 Februari 2026



Alda Fuadiyah

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

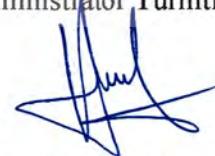
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Alda Fuadiyah
NIM : 44222010066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding Nadia Omara Sebagai Storyteller Horror Di Channel Youtube @nadiaomaraa.”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 17 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 11%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026
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 : Alda Fuadiyah
NIM : 44222010066
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding
Nadia Omara Sebagai Storyteller Horror di
Channel Youtube @nadiaomaraa

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 06 Februari 2026 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



(Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom)
NIDN/NUPTK: 0323128306

MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, nikmat dan karunia-Nya terhadap peneliti berupa kesehatan, kesabaran, kegigihan, kekuatan serta pengetahuan sehingga peneliti dapat menyusun Tugas Akhir dengan judul penelitian Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding Nadia Omara Sebagai Story Teller Horror di Channel Youtube @NadiaOmaraa.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa proses dalam mengerjakan Tugas Akhir ini dibutuhkan tenaga serta dukungan dari semua pihak yang terlibat. Izinkanlah peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berjasa serta memberikan motivasi untuk peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini secara maksimal, terimakasih ini ditujukan peneliti kepada :

1. Sandy Permata S.Sos, M.Ikom selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Ketua Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si Selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Kepada para informan yang telah membantu penulis dalam memperoleh data pada penelitian ini sehingga penulis dapat mengerjakan Tugas Akhir dengan tuntas.
5. Kepada Ibunda saya tercinta Indriyani dan Ayahanda Riski yang telah menemani, memotivasi, dan mendoakan dengan penuh kasih sayang kepada penulis.
6. Teman-teman seperjuangan penulis, Alifiah Nurkhalizah dan Haura Zhafirah. Terimakasih atas dukungan dan bantuannya selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Mercu Buana ini sehingga saya dapat mengerjakan Tugas Akhir.

7. Sahabat-sahabat saya Sarah Nadia , Dira Hikmatul Maula dan Afivah Cahya Ningrum Terimakasih telah memotivasi dan mendukung penulis dengan kasih sayang karena support nya yang luar biasa untuk saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih sudah sukarela untuk membantu peneliti dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Peneliti menyadari tanpa bantuan dari semua pihak, tidak akan mungkin tugas ini dapat diselesaikan. Semoga bantuan terhadap peneliti dalam menyusun tugas ini mendapat ridho dan pahala dari Allah SWT, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.



Jakarta, 18 Februari 2026

Peneliti

Alda Fuadiyah

44222010066

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Alda Fuadiyah
NIM : 44222010066
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding
Nadia Omara Sebagai Storyteller Horror di
Channel Youtube @nadiaomaraa

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, 18 Februari 2026
Yang Menyatakan,



Alda Fuadiyah

**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING NADIA
OMARA SEBAGAI STORYTELLER HORROR DI CHANNEL YOUTUBE**

@NADIAOMARAA

ALDA FUADIAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap personal branding Nadia Omara sebagai storyteller horor di channel YouTube @nadiaomaraa. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana audiens menerima dan memaknai citra yang dibangun oleh Nadia Omara melalui niche kontennya yang unik, khususnya pada segmen "Kisah Horor Wak-Wak" (KHW). Metode penelitian ini menggunakan analisis resepsi model encoding-decoding dari Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif. Peneliti juga mengintegrasikan delapan konsep pembentukan personal branding menurut Peter Montoya yaitu Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), Terlihat (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*), Nama Baik (*The Law of Goodwill*) sebagai kerangka analisis. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam informan yang merupakan audiens aktif dan pengikut (subscribers) channel YouTube @nadiaomaraa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Nadia Omara diterima secara kuat oleh khalayak sebagai identitas yang positif dan mudah dikenali. Penerimaan khalayak mayoritas berada pada posisi Hegemoni Dominan, terutama pada aspek kepribadian (personality) dan keunikan (distinctiveness). Informan menilai gaya bahasa yang santai, logat Melayu yang khas, serta sapaan "Wak-Wak" menjadi faktor pembeda utama yang membangun kedekatan emosional. Posisi Negosiasi muncul pada beberapa aspek seperti kepemimpinan (leadership) dan keterlihatan (visibility), di mana audiens menerima identitas Nadia namun tetap memiliki preferensi personal atau perbandingan dengan kreator lain. Sementara itu, posisi Oposisi tidak ditemukan secara signifikan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, keberhasilan personal branding Nadia Omara didorong oleh konsistensi niche konten, gaya penyampaian yang interaktif, dan citra diri yang stabil di media sosial.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, *Personal Branding*, Nadia Omara, *YouTube*, *Storytelling Horror*.

**PUBLIC RECEPTION OF NADIA OMARA'S PERSONAL BRANDING AS
A HORROR STORYTELLER ON THE YOUTUBE CHANNEL**

@NADIAOMARAA

ALDA FUADIYAH

ABSTRACT

This study aims to determine the audience reception of Nadia Omara's personal branding as a horror storyteller on the YouTube channel @nadiaomaraa. The main focus of this study is how the audience receives and interprets the image built by Nadia Omara through her unique niche content, particularly in the “Kisah Horor Wak-Wak” (KHW) segment. This research method uses Stuart Hall's encoding-decoding reception analysis with a qualitative approach. The researcher also integrates eight concepts of personal branding formation according to Peter Montoya, namely Specialization (The Law of Specialization), Leadership (The Law of Leadership), Personality (The Law of Personality), Distinctiveness (The Law of Distinctiveness), Visibility (The Law of Visibility), Unity (The Law of Unity), Persistence (The Law of Persistence), and Goodwill (The Law of Goodwill) as the analytical framework. Primary data was obtained through in-depth interviews with six informants who were active audiences and subscribers of the YouTube channel @nadiaomaraa. The results of the study show that Nadia Omara's personal branding is strongly accepted by the audience as a positive and recognizable identity. The majority of the audience's acceptance is in the position of Dominant Hegemony, especially in terms of personality and distinctiveness. Informants

Keywords: Reception Analysis, Personal Branding, Nadia Omara, YouTube, Horror Storytelling

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	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 TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Manfaat Akademis.....	20
1.4.2 Manfaat Praktis.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	22
2.2 Kajian Teoritis	34
2.2.1 Komunikasi.....	34
2.2.2 Komunikasi Digital.....	35
2.2.3 Media Baru	36
2.2.4 Media Sosial	37
2.2.5 YouTube	37

2.2.6 Khalayak/Audiens.....	39
2.2.7 Personal Branding.....	40
2.2.8 Teori Resepsi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.4 Subjek Penelitian.....	46
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1 Data Primer.....	49
3.6.2 Data Sekunder.....	51
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Subyek dan Obyek Penelitian	54
4.1.1 Profil Nadia Omara	54
4.1.2 Akun YouTube @nadiaomaraa.....	55
4.1.3 Analisis Kisah Horror Wak-Wak di channel YouTube @nadiaomaraa.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Specialization</i> (Spesialisasi) Nadia Omara.....	58
4.2.2 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Leadership</i> (Kepemimpinan) Nadia Omara.....	65
4.2.3 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Personality</i> (Kepribadian) Nadia Omara.....	72
4.2.4 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Distinctiveness</i> (Perbedaan) Nadia Omara.....	78
4.2.5 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Visibility</i> (Terlihat) Nadia Omara	83
4.2.6 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Unity</i> (Kesatuan) Nadia Omara.....	90
4.2.7 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Persistence</i> (Keteguhan) Nadia Omara.	96

4.2.8 Resepsi Khalayak Terhadap <i>Goodwill</i> (Nama Baik) Nadia Omara .	102
4.3 Pembahasan	120
4.3.1 Peran Komunikasi Digital pada Ekosistem YouTube Interaktivitas Partisipasi Konvergensi Lintas Platform.....	125
4.3.2 Komunikasi Media Baru dan Peran Media Sosial	128
4.3.3 Analisis <i>Personal Branding</i> Nadia Omara dalam Perspektif Media Baru	130
4.3.4 Resepsi Khalayak terhadap Personal Branding Nadia Omara berdasarkan Teori Encoding Decoding Stuart Hall.....	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan.....	140
5.2 Saran	141
5.2.1 Saran Akademis.....	141
5.2.2 Saran Praktis.....	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	146



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Data Informan	48
Tabel 4. 1 Resepsi Informan Terhadap Specialization (Spesialisasi) Nadia Omara	63
Tabel 4. 2 Resepsi Informan Terhadap Leadership (kepemimpinan) Nadia Omara	69
Tabel 4. 3 Resepsi Informan Terhadap Personality (Kepribadian) Nadia Omara .	75
Tabel 4. 4 Resepsi Informan Terhadap Distinctiveness (Perbedaan) Nadia Omara	81
Tabel 4. 5 Resepsi Informan Terhadap Visibility (Terlihat) Nadia Omara	86
Tabel 4. 6 Resepsi Informan Terhadap Unity (Kesatuan) Nadia Omara	93
Tabel 4. 7 Resepsi Informan Terhadap Persistence (Keteguhan) Nadia Omara	99
Tabel 4. 8 Resepsi Informan Terhadap Goodwill (Nama Baik) Nadia Omara	105
Tabel 4. 9 Tabel Hasil Resepsi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Youtube @NadiaOmaraa	2
Gambar 1. 2 Komentar Penonton Di Channel Youtube Nadia Omara Dalam Video Kisah Horror Wak-Wak.....	3
Gambar 1. 3 Komentar Penonton Di Channel Youtube Nadia Omara Dalam Video Kisah Horror Wak-Wak.....	4
Gambar 1. 4 Negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak per Februari 2025	6
Gambar 1. 5 Video Nadia Omara kisah sejarah.....	9
Gambar 1. 6 Video Nadia Omara Kisah Horor wak-wak	10
Gambar 1. 7 Channel YouTube Konten Kreator Kisah Horror	11
Gambar 1. 8 Video Kisah Horror Wak-wak Part 47 yang berjudul “KHW Terhorror”	13
Gambar 1. 9 Berbagai segmen Kisah Horror Wak-wak	14
Gambar 1. 10 Podcast Nadia Omara di dalam channel YouTube Raditya Dika ...	16
Gambar 1. 11 Akun Instagram Nadia Omara.....	17
Gambar 2. 1 Encoding/Decoding Model Stuart Hall 1973	43
Gambar 2. 2 Analisis Resepsi Stuart Hall 1973	44
Gambar 3. 1 Unit Analisis Penelitian.....	49
Gambar 4. 1 Nadia Omara	54
Gambar 4. 2 Akun YouTube Nadia Omara	55
Gambar 4. 3 Koleksi KHW (Kisah Horror Wak-Wak) di channel YouTube @nadiaomaraa	56
Gambar 4. 4 Konten horror KHW yang paling banyak ditonton di channel YouTube @nadiaomaraa	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PEDOMAN WAWANCARA	146
Lampiran 2 DOKUMENTASI WAWANCARA.....	188
Lampiran 3 CURRICULUM VITAE.....	191

