



**RESEPSI KHALAYAK PADA *PERSONAL BRANDING*
@DOKTERDETEKTIF DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**YOANA PUTRI ADELIA
44222010056**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**RESEPSI KHALAYAK PADA *PERSONAL BRANDING*
@DOKTERDETEKTIF DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOANA PUTRI ADELIA
44222010056**

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

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Yoana Putri Adelia
NIM : 44222010056
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak Pada *Personal Branding*
@dokterdetektif Di Media Sosial TikTok

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, 4 Februari 2026

Yang menyatakan,




Yoana Putri Adelia

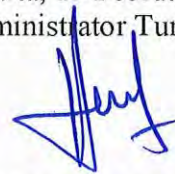
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Yoana Putri Adelia
NIM : 44222010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Resepsi Khalayak Pada *Personal Branding* @dokterdetektif Di Media Sosial TikTok”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 13%

Jakarta, 13 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 : Yoana Putri Adelia
NIM : 44222010056
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak Pada *Personal Branding*
@dokterdetektif Di Media Sosial TikTok

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 4 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



(Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom., M.I.Kom)
NIDN/NUPTK: 0303078802

Jakarta, 12 Februari 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada penulis.
6. Kepada Seluruh Staf Pegawai Universitas Mercu Buana.
7. Orangtua peneliti Bapak Yossy Januar dan Ibu Margiyanah yang senantiasa memberikan suport dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.
8. Kepada Zibrans Gumanti selaku partner penulis, yang selalu menemani, bertukar cerita, memberikan semangat dan menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis.
9. Kepada teman seperjuangan selama masa kuliah yang memberikan dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada seluruh informan, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk membantu berjalannya penelitian ini.
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada diri sendiri, Yoana Putri Adelia. Terima kasih sudah berusaha, berjuang, dan terus semangat sepanjang perjalanan penelitian ini, sehingga mampu melewati proses penuh rintangan menuju pencapaian sampai selesai..

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Jakarta, 4 Februari 2026



Yoana Putri Adelia



HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoana Putri Adelia
NIM : 44222010056
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“ Resepsi Khalayak Pada *Personal Branding* @dokterdetektif Di Media Sosial
TikTok ”

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, 12 Februari 2026



Yoana Putri Adelia

**RESEPSI KHALAYAK PADA *PERSONAL BRANDING*
@DOKTERDETEKTIF DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
YOANA PUTRI ADELIA**

ABSTRAK

Dokter Detektif memanfaatkan akun media sosial TikTok @dokterdetektif untuk membangun *personal branding* sebagai figur edukator *skincare* yang tegas dan kredibel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap *personal branding* @dokterdetektif di media sosial TikTok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah analisis resepsi berdasarkan teori Stuart Hall serta konsep *personal branding* dari Peter Montoya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sepuluh informan yang merupakan khalayak aktif pengguna TikTok yang mengetahui konten @dokterdetektif, dengan teknik keabsahan data berupa triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada pada posisi hegemonik dominan, yaitu menerima *personal branding* @dokterdetektif sebagai sosok yang edukatif, tegas, dan kredibel dalam menyampaikan informasi *skincare* berbasis bukti. Sebagian informan berada pada posisi negosiasi, yang memaknai pesan secara kritis akibat perbedaan pengalaman pribadi dan penilaian terhadap gaya komunikasi. Sementara itu, beberapa informan berada pada posisi oposisi karena menilai gaya penyampaian konten tertentu terlalu keras dan berpotensi menggeser fokus edukasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa *personal branding* @dokterdetektif berhasil membentuk citra sebagai figur yang memiliki spesialisasi dan kredibilitas dalam edukasi *skincare*. Namun, pemaknaan khalayak tetap beragam dan dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan serta pengalaman masing-masing individu.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Personal Branding*, @dokterdetektif, TikTok, Stuart Hall.

**RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING
@DOKTERDETEKTIF DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
YOANA PUTRI ADELIA**

ABSTRACT

Dokter Detektif utilizes the TikTok account @dokterdetektif to build personal branding as an assertive and credible skincare educator. This study aims to examine audience reception of @dokterdetektif's personal branding on TikTok.

This research employs a qualitative approach within a constructivist paradigm. Reception analysis based on Stuart Hall's theory is applied, along with Peter Montoya's personal branding concept. Data were collected through in-depth interviews with ten informants who are active TikTok users and audiences familiar with @dokterdetektif's content, and data validity was ensured through source triangulation.

The results show that most informants occupy a dominant-hegemonic position, fully accepting @dokterdetektif's personal branding as educational, assertive, and credible in delivering evidence-based skincare information. Some informants adopt a negotiated position by interpreting the messages critically due to differences in personal experiences and evaluations of communication style, while a small number of informants take an oppositional position, perceiving certain content as overly harsh.

These findings indicate that @dokterdetektif's personal branding successfully establishes an image of specialization and credibility in skincare education. However, audience interpretations vary depending on individual background knowledge and experiences.

Keywords: Reception Analysis, Personal Branding, @dokterdetektif, TikTok, Stuart Hall.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 <i>Encoding Decoding</i>	21
2.2.2 Resepsi	23
2.2.3 <i>Personal branding</i>	30
2.2.4 Media Sosial.....	32
2.2.5 TikTok.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36

3.1	Paradigma penelitian.....	36
3.2	Metode penelitian	36
3.3	Subjek Penelitian	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Data Primer	44
3.4.2	Data Sekunder	45
3.5	Teknik Analisis Data	45
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Profil Dokter Detektif.....	48
4.1.2	Akun TikTok Dokter Detektif @dokterdetektif.....	50
4.1.3	Analisis Konten Akun Dokter Detektif	51
4.2	Hasil Penelitian.....	60
4.2.1	Profil Informan	61
4.2.2	Pengetahuan Informan mengenai Dokter Detektif.....	63
4.2.3	Analisis Resepsi Informan Mengenai Spesialisasi.....	68
4.2.4	Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepemimpinan	72
4.2.5	Analisis Resepsi Informan Mengenai Kepribadian.....	77
4.2.6	Analisis Resepsi Informan Mengenai Perbedaan.....	82
4.2.7	Analisis Resepsi Informan Mengenai Kenampakan	87
4.2.8	Analisis Resepsi Informan Mengenai Kesatuan.....	91
4.2.9	Analisis Resepsi Informan Mengenai Keteguhan	96
4.2.10	Analisis Resepsi Informan Mengenai Maksud Baik	101
4.3	Pembahasan	109
4.3.1	<i>Encoding</i>	109
4.3.2	<i>Decoding</i>	112
4.3.3	<i>Relations of Production</i>	115
4.3.4	<i>Technical Infrastructure</i>	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		119
5.1	Kesimpulan	119

5.2	Saran	120
5.2.1	Saran Akademis.....	120
5.2.2	Saran Praktis.....	120
DAFTAR PUSTAKA		122
LAMPIRAN.....		126
CURRICULUM VITAE.....		178



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Tabel Posisi Khalayak dalam Memaknai Persona Branding @dokterdetektif di Media Sosial TikTok	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Account TikTok Dokter Detektif 5 Mei 2025.....	2
Gambar 1.2 Kutipan berita terkait Dokter Detektif	3
Gambar 1.3 Data Diagram Media Sosial Februari 2025.....	4
Gambar 1.4 Komentar Dominan di TikTok @dokterdetektif pada 27 Februari 2025	7
Gambar 1.5 Komentar Negosiasi di TikTok @dokterdetektif pada 27 Februari 2025	7
Gambar 1.6 Komentar Oposisi di TikTok @dokterdetektif pada 28 Februari 2025	7
Gambar 4.1 Profil Dokter Detektif.....	48
Gambar 4.2 Akun Instagram Amira Aesthetic Clinic.....	49
Gambar 4.3 Akun TikTok Dokter Detektif.....	50
Gambar 4.4 Konten Pertama “Bahas Produk Ular SSST” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif.....	51
Gambar 4.5 Konten Kedua “Waspadalah Masyarakat Lampung dan Lombok! Mercury Mengintai Anda”	52
Gambar 4.6 Konten Ketiga “Korban Skincare Dokter BerMerkucoy!” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif.....	53
Gambar 4.7 Konten Keempat “ Dokter Detektif Review Produk Ma****g” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif	54
Gambar 4.8 Konten Kelima “Sering Wudhu Ya Sayang Biar Ga Tantrum” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif.....	55
Gambar 4.9 Konten keenam “ BPOM Sudah Ketok Palu” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif.....	56
Gambar 4.10 Konten Ketujuh “Bravo Polda Metro Jaya Gercep Banget Gaess!!”	57
Gambar 4.11 Konten Kedelapan “Review Produk Skinti*** Populer” Sumber: Akun Media Sosial TikTok @dokterdetektif.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara.....	126
Lampiran 2 Lembar Pernyataan Persetujuan Informan	168

