



**ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL  
BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI**

( Studi Analisis Resepsi Stuart Hall )

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh :

**MERCU BUANA**

**Nandang Rizky Hakim**

**44116010061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL  
BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI  
Nama : Nandang Rizky Hakim  
NIM : 44116010061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Broadcasting*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Desember 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Dadan Iskandar, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL  
BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI

Nama : Nandang Rizky Hakim

NIM : 44116010061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Broadcasting*

Jakarta, 18 Desember 2020

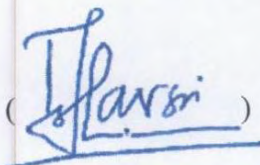
Ketua Sidang,  
Dicky Andika, M.Si

()

Penguji Ahli,  
Christina Arsi Lestari, M.Ikom

()

Pembimbing,  
Dadan Iskandar, M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL  
BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI  
Nama : Nandang Rizky Hakim  
NIM : 44116010061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Broadcasting*

Jakarta, 18 Desember 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dadan Iskandar, M.Si)

Ketua Bidang Studi *Broadcasting*

(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nandang Rizky Hakim  
NIM : 44116010061  
Bidang Studi : Broadcasting  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL  
BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi dengan judul: ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PERSONAL BRANDING VLOG KONTEN PENDAKI FIERSA BESARI, adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikat dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasi maupun tidak, kecuali beberapa tiruan kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagai mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 18 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Nandang Rizky Hakim

Pembimbing

(Dadan Iskandar, M.Si)

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)



**Universitas Mercu Buana**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Program Studi Broadcasting**

**Nama : Nandang Rizky Hakim**

**NIM : 44116010061**

**Program Studi : Broadcasting**

**Judul : Analisis resepsi penonton terhadap personal branding vlog konten pendaki Fiersa Besari (Studi Analisis Resepsi Stuart Hall)**

**Jumlah Halaman : Halaman + Lampiran + Riwayat Hidup**

### **ABSTRAKS**

Penelitian ini berjudul Tanggapan Generasi Milenial Pada Unsur Branding di Konten pendaki Fiersa besari (Studi Analisis Resepsi Stuart Hall). Penelitian ini berusaha mengungkap mengapa konten pendaki begitu banyak disaksikan. Subtema yang diambil condong kearah pengembangan unsur branding pada konten pendaki.

Pencarian referensi pada penelitian dilakukan untuk tujuan memenuhi kelengkapan penelitian sehingga peneliti mampu menganalisa data yang didapatnya nanti. Seperti mengain unsur branding, youtube, smedia sosial, dan masih banyak lagi.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Dan metode penelitian analisis resepsi. Analisis resepsi adalah pola opini yang berkembang di masyarakat atau khalayak sehing pesan yang ada dari suatu komunikator dan komunikan akan terjadi yang namanya konstruk pesan.

Hasil penelitian ini berisikan data wawancara antara peneliti dengan informan. Dengan teori dari Stuart Hall yang mengidentifikasikan tiga pemaknaan yang terjadi oleh khalayak terhadap media. Dominan Position, Negotiated Position, dan Oposition Position.

**Kata Kunci: Analisis Resepsi, Generasi Milenaial, Youtube, Brand**



**Universitas Mercu Buana**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Program Studi Broadcasting**

**Nama : Nandang Rizky Hakim**

**NIM : 44116010061**

**Program Studi : Broadcasting**

**Judul : Analisis resepsi penonton terhadap personal branding vlog konten pendaki Fiersa Besari (Studi Analisis Resepsi Stuart Hall)**

**Jumlah Halaman : Halaman + Lampiran + Riwayat Hidup**

### ***ABSTRACT***

This study entitled Generational Responses to Branding Elements in Fiersa Big Climber Content (Stuart Hall's Reception Analysis Study). This research tries to reveal the content that has been witnessed so much. The sub-themes are taken to support the development without branding on climbers' content.

The search for references in research is carried out to fulfill the completeness of the research so that researchers are able to analyze the data they get later. Such as designing elements of branding, YouTube, social media, and many more.

This study uses a critical paradigm. And the reception analysis research method. Reception analysis is a pattern of opinion that develops in the community or audience so that the message from a communicator and the communicant will occur which is called the message construct.

The results of this study contain interview data between researchers and informants. With the theory from Stuart Hall, which identifies three meanings that occur by audiences to the media. Dominant Position, Negotiation Position, and Opposition Position.

Keywords: Reception Analysis, Millennial Generation, Youtube, Brand

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah S.W.T. atas kesehatan, kelancaran, serta ridha-Nya kepada penliti dalam penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Strata-1 (Sarjana) Program Studi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Isi dari skripsi tentang Dengan rasa tertarik dan penasaran yang tinggi mengenai analisis resepsi penonton terhadap personal branding vlog konten pendaki Fiersa Besari peneliti mengambil satu sudut pandang yaitu eksistensi diri yang dimana sebenarnya sangat mudah membangun citra terhadap seseorang melalui media social termasuk di youtube.

Dengan selesainya penelitian ini, peneliti juga mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak dalam memberikan bantuan dan usahanya pada penelitian ini. Untuk itu, apresiasi terhadap pihak-pihak yang membantu penelti, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

- Kedua orang tua yang sudah berjuang membiayai dan mendoakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini dan mendapatkan gelar Strata-1 (Sarjana)
- Pak Dadan Iskandar, Drs, M.Si. Selaku dosen pembimbing sekaligus dosen penasehat akademik dalam memberikan materi skripsi dan telah menyediakan waktu untuk membantu serta mengarahkan peneliti dalam proses penelitian ini.
- Seluruh dosen yang membantu saya dalam proses belajar di Universitas Mercu Buana. Khususnya dosen broadcasting yang langsung mengajarkan tentang berbagai hal mengenai broadcasting.
- Informan peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu dalam menjawab pertanyaan peneliti.



- Seluruh teman-teman Beroadcasting 2016 yang begitu banyak dan tidak bisa disebutkan satu persatu oleh peneliti.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, peneliti menerima segala jenis bentuk kritikan yang ada. Sehingga, perkembangan dan pembangunan untuk melakukan penelitian selanjutnya akan menghasilkan hasil yang lebih baik dari yang sebelumnya. Karena ini merupakan skripsi pertama penelitian dan bentuk langkah awalm peneliti untuk hasil yang lebih baik lagi kedepannya.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Akademis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Branding .....	17
2.1.1 Pengertian Branding .....	17
2.1.2 Fungsi <i>Branding</i> .....	18
2.2.3 Tujuan <i>Branding</i> .....	18
2.2.4 Jenis-jenis <i>Branding</i> .....	19
2.3 Personal Branding .....	19
2.3.1 Pengertian Personal Branding .....	19
2.3.2 Keuntungan memiliki <i>Personal Branding</i> .....	21
2.3.3 Fungsi <i>Personal Branding</i> .....	22

2.3.4 Tujuan <i>Personal Branding</i> .....	22
2.3.5 <i>Personal Branding</i> di Media Sosial .....	22
2.3.6 Proses <i>Personal Branding</i> .....	22
2.3.7 Konsep Utama <i>Personal Branding</i> .....	22
2.3.8 Karakteristik <i>Personal Brand</i> .....	24
2.3.9 Dimensi Utama Pembentuk <i>Personal Brand</i> .....	25
2.4 YouTube .....	26
2.4.1 Video Blog (Vlog) .....	27
2.4.2 Audiens YouTube .....	27
2.5 Analisis Resepsi .....	28
2.6 Kerangka Konsep Penelitian .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian .....	34
3.3 Subjek Penelitian .....	35
3.4 Tehnik Pengumpulan Data .....	36
3.4.1 Data Primer .....	36
3.4.2 Data Skunder .....	36
3.5 Tehnik Analisis Data .....	36
3.6 Tehnik Keabsahan Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.1.1 Sejarah Youtube .....	39
4.1.2 Perkembangan Youtube di Indonesia .....	40
4.1.3 Profil Informan .....	41
4.2 Hasil penelitian .....	42
4.2.1 Latar belakang menggunakan aplikasi youtube .....	42
4.2.2 Pemaknaan terhadap menariknya konten Pendaki untuk disaksikan karena unsur mistis yang ada. ....	45
4.3 Pembahasan .....	47

<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	50
5.2.1	Saran Akademis .....	51
5.2.2	Saran Praktis.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>52</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>55</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	14
----------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Video lirik lagu-Waktu Yang Salah .....	6
Gambar 1. 2 Contoh Video Fiersa Bersari .....	7
Gambar 1. 3 Video Fiersa Besari Berpetualang di gunung.....	8
Gambar 1. 4 TwitterFiersaBesari .....	9
Gambar 1. 5 Instagram Fiersa Besari .....	9
Gambar 1. 6 Fiersa Besari dalam Acara NET TV .....	11
Gambar 2. 1 Studi Resepsi oleh Stuart Hall.....	30

