



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**ANALISIS RESEPSI GENERASI Y DAN Z PADA PERSONAL
BRANDING AIPDA MP AMBARITA DI YOUTUBE
#RAIMASBACKBONE**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh:

Rafi Pratama(44217110119)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rafi Pratama
NIM : 44217110119
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Analisis Resepsi Generasi Y Dan Z Pada Personal Branding
Aipda MP Ambarita Di Youtube #raimasbackbone

Jakarta, 24 Maret 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Heri Budianto M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Rafi Pratama
NIM : 44217110119
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Analisis Resepsi Generasi Y Dan Z Pada Personal Branding Aipda
MP Ambarita Di Youtube #raimasbackbone

Jakarta, 24 Maret 2022


1. Ketua Sidang

Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(.....)

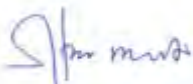
2. Penguji Ahli

Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si


(.....)

3. Dosen Pembimbing

Dr. Heri Budianto M.Si


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Analisis Resepsi Generasi Y Dan Z Pada Personal Branding
Aipda MP Ambarita Di Youtube #raimasbackbone

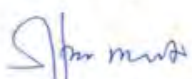
Nama : Rafi Pratama
NIM : 44217110119
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 24 Maret 2022
Disetujui dan diterima oleh,


Ketua Bidang Studi Public Relations


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.lkom)

Pembimbing


(Dr. Heri Budianto M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rafi Pratama
NIM : 44217110119
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Analisis Resepsi Generasi Y Dan Z Pada Personal Branding Alpda MP Ambarita Di Youtube #ralmasbackbone** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, 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, 24 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,

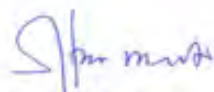


(Rafi Pratama)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi


(Dr. Heri Budianto M.Si)


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rafi Pratama

44217110119

ANALISIS RESEPSI GENERASI Y DAN Z PADA PERSONAL BRANDING
AIPDA MP AMBARITA DI YOUTUBE #RAIMASBACKBONE

Jumlah Halaman: ix + 52 + 4 Lampiran

Bibliografi: 49 Acuan, Tahun 1993-2020

ABSTRACT

Monang Parlindungan Ambarita is a police officer who uses new media through social media to create and maintain his existence in the entertainment world. This research focuses on the figure of Monang Parlindungan Ambarita because the figure of Monang Parlindungan Ambarita or better known as Bripka MP Ambarita (now Aipda) is often seen on the screen. This aims of this study isto analyze the Analysis of Generation Y and Z Reception on Personal Branding Aipda Mp Ambarita on Youtube #Raimasbackbone. The research method used in this study is a qualitative approach and the method to be used is the reception analysis method. The data collection technique in this study was conducted by interviewing seven respondents of generations Y and Z on an active audience on the Youtube account #raimasbackbone MP Ambarita on the Youtube channel.

The results show that the hegemonic-dominant position, the negotiated position and the oppositional position assess Aipda Ambarita's figure as having a firm and humorous personality, Aipda Ambarita's personality is reflected in its content on social media and Youtube #raimasbackbone. The public's assessment of Aipda Ambarita's personality is a reflection of the public's perception as seen on the Youtube account #raimasbackbone attached to Aipda Ambarita which reflects the personal branding of Aipda Ambarita.

Keywords: Reception Analysis, Generation Y And Z, Personal Branding



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rafi Pratama

44217110119

ANALISIS RESEPSI GENERASI Y DAN Z PADA PERSONAL BRANDING
AIPDA MP AMBARITA DI YOUTUBE #RAIMASBACKBONE

Jumlah Halaman: ix + 52 + 4 Lampiran

Bibliografi: 49 Acuan, Tahun 1993-2020

ABSTRAK

Monang Parlindungan Ambarita merupakan seorang polisi yang memanfaatkan *new media* melalui media sosial untuk menciptakan maupun mempertahankan eksistensinya didunia hiburan (*entertainment*). Penelitian ini fokus pada figur Monang Parlindungan Ambarita karena sosok Monang Parlindungan Ambarita atau yang lebih dikenal sebagai Bripka MP Ambarita (kini Aipda) sering terlihat di layar kaca. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Analisis Resepsi Generasi Y Dan Z Terhadap Personal Branding Aipda Mp Ambarita Di Youtube #Raimasbackbone. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dan metode yang akan digunakan adalah metode analisis resepsi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara kepada tujuh orang responden generasi Y dan Z pada audiens aktif pada akun Youtube #raimasbackbone MP Ambarita di channel Youtube.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi hegemonik-dominan, posisi yang dinegosiasikan dan posisi oposisional menilai sosok Aipda Ambarita memiliki pribadi yang tegas dan humoris, kepribadian Aipda Ambarita tercermin dalam konten-kontennya pada media sosial dan Youtube #raimasbackbone. Penilaian masyarakat pada pribadi Aipda Ambarita merupakan cerminan dari persepsi masyarakat yang terlihat pada akun Youtube #raimasbackbone yang melekat pada Aipda Ambarita yang mencerminkan personal branding dari Aipda Ambarita.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Generasi Y Dan Z, *Personal Branding*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi berjudul “Analisis Resepsi Generasi Y dan Z pada Personal Branding Aipda MP Ambarita di Youtube #raimasbackbone” Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah penulis terima, penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Heri Budianto M.Si yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Anindita, S.Pd, M,Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membantu penulis selama proses perkuliahan.
3. Dr.Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Mercu Buana
4. Ibu Suryaning Hayati,SE,MM, M.Ikom selaku ketua Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu sejak penulis awal masuk kuliah.
6. Kepada Ibu atas perjuangannya, doa, dukungan moral dan moril sehingga penulis bisa masuk ke perguruan tinggi ini.
7. Kepada teman-teman perkuliahan yang selalu membantu dan memberikan support khususnya Faisal Wisodan, Nesia Breninda

8. Terima kasih juga kepada para narasumber yang sudah bersedia membantu dalam penelitian ini.
9. Dan yang terakhir adalah, pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan karena penulis masih dalam tahap pembelajaran. Namun, penulis tetap berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Kritik dan saran dari penulisan skripsi ini sangat penulis harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan pada skripsi penulis berikutnya. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 02 Maret 2022



Rafi Pratama

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Sosial	10
BAB II PENELITIAN TERDAHULU DAN TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi	15
2.3 Personal Reputation	15
2.4 Brand.....	16
2.4.1 Personal Branding.....	17
2.4.2 Online Personal Branding	20
2.4.3 Studi Resepsi.....	21
2.5 New Media.....	23

2.5.1 Audiens New Media dan Klasifikasi Generasi	25
2.5.2 Youtube.....	27
2.5.3 Video Blogging (VLOG)	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Unit Analisis	31
3.4 Subyek Penelitian.....	32
3.4.1 Lokasi Penelitian	32
3.4.2 Subyek Penelitian	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	36
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Posusu Hegemonik-Dominan (<i>Dominant-Hegemonic</i> <i>Reading</i>)	41
4.2.2 Posisi Yang Dinegosiasikan (<i>Negotiated Reading</i>)	46
4.3 Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	32

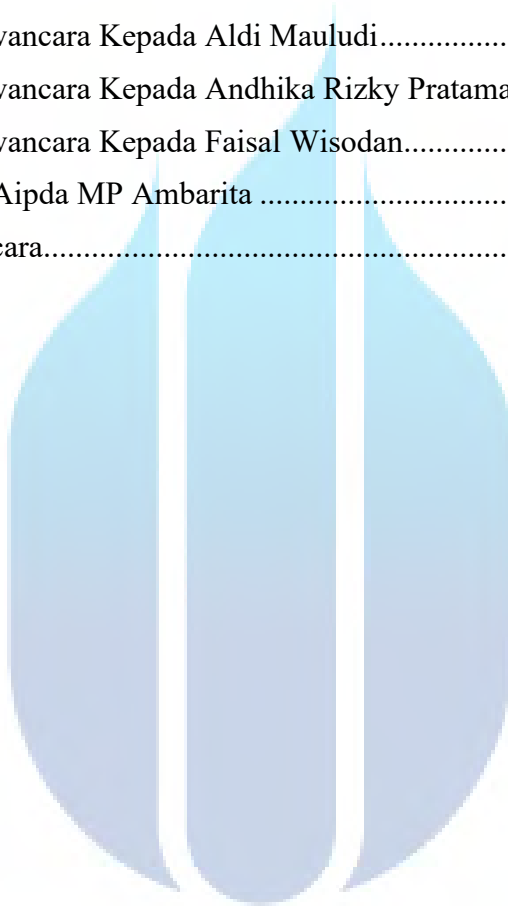


U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Permohonan Wawancara Kepada Ahmad Faldy	62
Permohonan Wawancara Kepada Aldi Mauludi.....	63
Permohonan Wawancara Kepada Andhika Rizky Pratama.....	64
Permohonan Wawancara Kepada Faisal Wisodan.....	65
Konten Youtube Aipda MP Ambarita	66
Transkrip Wawancara.....	68



U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA