



Analisis Resepsi Khalayak Pada *Personal Branding*

**Fiki Naki Dalam Video Youtube “Ini Yang
Sebenarnya Terjadi...”**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Hubungan Masyarakat

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:
FIRSANIA RIZKITA

44218010090

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

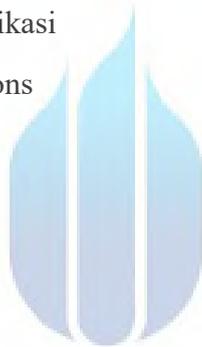
Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL
BRANDING FIKI NAKI DALAM VIDEO YOUTUBE “INI
YANG SEBENARNYA TERJADI..”**

Nama : Firsania Rizkita

NIM : 44218010090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations



Jakarta, 19 April 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing I

UNIVERSITAS
MERCU BUANA 

(Dr. Irmulansati Tomohardjo S.H.,M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL
BRANDING FIKI NAKI DALAM VIDEO YOUTUBE “INI
YANG SEBENARNYA TERJADI..”**

Nama : Firsania Rizkita

NIM : 44218010090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 April 2022

Ketua Sidang

Anindita S.Pd M.Ikom ()

Penguji Ahli

Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom ()

Pembimbing I

Dr. Irmulansati Tomohardjo S.H., M.Si ()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL
BRANDING FIKI NAKI DALAM VIDEO YOUTUBE
“INIYANG SEBENARNYA TERJADI..”**

Nama : Firsania Rizkita

NIM : 44218010090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 April 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Dr. Irmulansati Tomohardjo S.H.,M.Si)


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

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firsania Rizkita
NIM : 44218010090
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan judul **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING FIKI NAKI DALAM VIDEO YOUTUBE “INI YANG SEBENARNYA TERJADI..”** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir 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 plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan Kembali semua proses penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri dari awal.

Jakarta, 10 Februari 2022

U N I Yang membuat pernyataan,

MERCUBUANA



(Firsania Rizkita)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Irmulansati Tomohardjo S.H., M.Si) (Suryaning Hayati, SE, M.M, M.Ikom)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA *PERSONAL BRANDING* FIKI NAKI DALAM VIDEO YOUTUBE “INI YANG SEBENARNYA TERJADI...”

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, penulis banyak menghadapi kendala dan hambatan, namun akhirnya berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga secara moral dan mental dapat diatasi. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M. Si.** Sebagai pembimbing, beliau meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. **Suryaning Hayati, SE, M.M, M.Ikom** selaku Ketua Bidang Studi Hubungan Masyarakat Universitas Mercu Buana.
3. **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Orang tua dan keluarga atas doa dan dukungannya selama penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman Public Relations 18 dan teman yang setia kepada saya sejak saya mulai kuliah sampai sekarang adalah Gusti Qurotta Aini, yang selalu mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini..
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitianpenelitian selanjutnya.

Jakarta, 19 April 2022

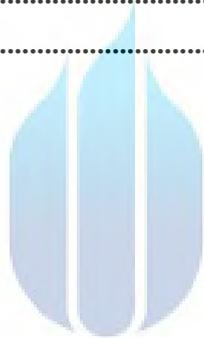


Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
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 Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Jurnal Nasional.....	11
2.1.2 Jurnal Internasional	15
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Teori komunikasi publik.....	21
2.2.2 Media Siber	22
2.2.3 Personal branding.....	24
2.2.4 Resepsi	29
2.3 Kerangka Berfikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Unit Analisis	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data primer.....	39
3.4.2 Data sekunder.....	42

3.5 Key Informan dan Informan.....	43
3.6 Teknik Analisa Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum.....	46
4.2 Hasil Penelitian	54
4.3 Pembahasan.....	69
_4.3.1 Klasifikasi Konsep <i>Personal Branding</i>	70
_4.3.2 Pemaknaan Resepsi Video Youtube “Ini Yang Sebenarnya Terjadi...”	72
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
_5.2.1 Saran Akademis	76
_5.2.2 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Tingkat Nasional	12
Tabel 2.2 Hasil penelitian terdahulu tingkat internasional.....	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat YouTube di Indonesia	2
Gambar 1.2 Kanal YouTube Fiki Naki.....	4
Gambar 1.3 Video “Ini Yang Sebenarnya Terjadi...”	7
Gambar 2.1 Kerangka berfikir	34
Gambar 3.1 <i>Screenshot Thumbnail</i> Konten Video	38
Gambar 3.2 Isi Konten Video “Ini Yang Sebenarnya Terjadi...”	38
Gambar 3.3 Wawancara dengan Narasumber Melalui <i>Zoom Meeting</i>	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	81
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	82
Lampiran 3 Dokumentasi Objek Penelitian	84
Lampiran 4 Hasil Transkrip Wawancara	86
Lampiran 5 Hasil Encoding Dan Decoding Data Wawancara	94
Lampiran 6 Riwayat Hidup Peneliti	125

