



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWA/I UNIVERSITAS MERCU
BUANATERHADAP PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI,
M.SI., MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Disusun Oleh:

Rucita Adristy

44218010046

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta**

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rucita Adristy
NIM : 44218010046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWA/I UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI M.SI., MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana. 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 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, 05 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



(Rucita Adristy)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Novi Erlita S, Sos, MA)

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



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rucita Adristy
NIM : 44218010046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWA/I
UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP
PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI,M.SI.,
MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 05 Juli 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita S, Sos, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Rucita Adristy
NIM : 44218010046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWAI
UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP
PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI,M.SI.,
MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA**

Jakarta, 05 Juli 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : (Riswandi,M.Si)

Penguji Ahli : (Riki Arswendi,M.Ikom)

Pembimbing : (Novi Erlita S, Sos, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWAI
UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP
PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI, M.SI.,
MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA**

Nama : Rucita Adristy
NIM : 44218010046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 05 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

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

(Novi Erlita S, Sos, MA)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “ ANALISIS RESEPSI AUDIENS MAHASISWA/I UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP PERSONAL BRANDING DR. IRA MIRAWATI, M.SI., MELALUI AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA”. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis banyakmendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Novi Erlita, MA selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
2. Ibu Suryaning Hayati,S.E,M.M,M.Ikom,selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Dr. Elly Yuliatwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Ayahanda Endang Kamaludin, S.Pd dan Ibunda Irna Pujiarti tercinta atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulisselama penyusunan skripsi.
6. Bella Pelninda, Amd.Keb selaku kakak tercinta yang selalu menjadi support system serta doa yang diberikan atas penyusunan skripsi.
7. Semua sahabat yang selalu memberikan dukungan dan doa yang diberikan selama penyusunan skripsi.

Jakarta, 16 Juni 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1. Secara Teoritis	8
2. Secara Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Komunikasi	18
2.3. New Media	19
2.4. Public Relations.....	20
2.5. Aplikasi Tiktok.....	21
2.6. Personal Branding	25
2.7. Analisis Resepsi.....	26
2.8. Proses Encoding-Decoding	27
2.9. KERANGKA KONSEP PENELITIAN.....	31

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.2	Paradigma Penelitian	32
3.3	Metode Penelitian	32
3.4	Subjek Penelitian	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
	1) Wawancara (interview).....	35
	2) Dokumentasi	35
3.6	Teknik Analisis Data	35
	1) Pengumpulan data (data collection).....	36
	2) Reduksi data (data reduction)	36
	3) Penyajian Data (data display)	36
	4) Penarikan kesimpulan (conclusion)	37
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
	4.1.2. Akun TikTok Dr. Ira Mirawati, M.Si. (@buiramira).....	39
	4.1.3. Proses pencarian sebuah informasi	41
4.2.	Hasil Penelitian.....	41
	4.2.1. Analisis Resepsi Personal Branding Dr. Ira Mirawati, M.Si.,	41
	4.2.2. Resepsi Informan Terhadap Personal Branding Dr. Ira Mirawati,M.Si., pada akun Tiktok @buiramira.	56
	4.2.3. Pembahasan Resepsi Audiens Terhadap Personal Branding Dr. Ira Mirawati,M.Si.,	57
	4.2.4. Keterkaitan Dr. Ira Mirawati,M.Si., Dengan Public Relations	59
BAB V	PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan.....	62

5.2 Saran	63
5.2.1. Saran Akademis	63
5.2.2. Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	11
Gambar 2.....	34
Gambar 3.....	46
Gambar 4.....	47
Gambar 5.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	17
Tabel 4.1.....	55
Tabel 4.2.....	59
Tabel 4.3.....	64

