



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING GUSTI
BINTANG MELALUI AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON**

TUGAS AKHIR

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Sarjana Strata-1
(S1) Ilmu Komunikasi Konsentrasi: Public Relations**

Disusun Oleh:
Nurfarida
44218010036

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurfarida
NIM : 44218010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING GUSTI BINTANG MELALUI AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON** 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 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, 6 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Nurfarida

(Nurfarida)

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, MA)

Ketua Bidang Studi

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



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Nurfarida
NIM : 44218010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP
PERSONAL BRANDING GUSTI BINTANG MELALUI
AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 September 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

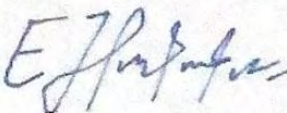
Nama : Nurfarida
NIM : 44218010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP
PERSONAL BRANDING MELALUI AKUN
INSTAGRAM @BINTANGEMON**

UNIVERSITAS


Jakarta, 6 September 2022

MERCU BUANA

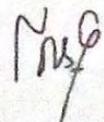
Ketua Sidang :


(Dr. Enjang P. Irawan, M.Ikom)

Penguji Ahli :


(Dewi Sad T, M.Ikom)

Pembimbing :


(Novi Erlita, S.Sos, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP
PERSONAL BRANDING GUSTI BINTANG MELALUI
AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON**

Nama : Nurfarida
NIM : 44218010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 6 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

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

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, MA)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING GUSTI BINTANG MELALUI AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON

Nurfarida

Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public
Relations

Nurfarida22@gmail.com

ABSTRACT

Personal branding is an activity that involves how a person manages his or her reputation, style, attitude and skills. One example of someone who uses social media Instagram in running a business and building personal branding is Instagram social media @bintangemon. Gusti Bintang or @bintangemon is one of the celebgrams who are active in using Instagram social media on a daily basis in uploading their content, being paid to promote and endorse, as well as building personal branding with video content whose delivery is characterized by using the Betawi language. Instagram is an application that is used to share photos and videos. Instagram itself is still part of facebook which allows our facebook friends to follow our instagram account. The increasing popularity of Instagram as an application that is used to share photos makes many users who go into online business also promote their products through Instagram.

The research method is a way to solve problems or how to develop knowledge using the scientific method. This study uses descriptive qualitative research methods by presenting using words to describe or explain the research and is ongoing through sentences in the form of interviews and conclusions or displaying data in the form of images.

The results showed that the audience's acceptance of Bintang Emon's personal branding through his Instagram account contained three decoding positions, namely dominant, negotiated and opposition. This study found that there were five informants who were in a dominant position. These five informants have a strong similarity of opinion, namely the five informants are in a dominant position.

Keywords: Reception Analysis, Personal Branding, Instagram



ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERSONAL BRANDING GUSTI BINTANG MELALUI AKUN INSTAGRAM @BINTANGEMON

Nurfarida

Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public
Relations

Nurfarida22@gmail.com

ABSTRAK

Personal branding adalah suatu kegiatan yang melibatkan bagaimana seseorang mengelola reputasinya, gaya, sikap, dan keterampilan seseorang. Salah satu contoh seseorang yang menggunakan media sosial Instagram dalam menjalankan usaha dan membangun personal branding adalah media sosial Instagram @*bintangemon*. Gusti Bintang atau @*bintangemon* merupakan salah satu selebgram yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram sehari-hari dalam menggunggah kontennya, paid promote dan endorse, sekaligus membangun personal branding dengan konten video yang penyampaiannya memiliki ciri khas menggunakan Bahasa Betawi. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun Instagram kita. Makin popularnya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram.

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan cara penyajian menggunakan kata-kata dalam menggambarkan atau menjelaskan penelitian tersebut dan sedang berlangsung melalui kalimat berupa wawancara dan simpulan ataupun display data berupa gambar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan audiens terhadap personal branding Bintang Emon melalui akun Instagram nya terdapat tiga posisi decoding yaitu dominan, negosiasi dan oposisi. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat lima informan yang berada pada posisi dominan. Kelima informan ini memiliki kesamaan pendapat yang kuat yakni kelima informan berada posisi dominan.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Personal Branding, Instagram

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia yang telah diberikan kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini selesai tepat pada waktunya. Proposal Skripsi ini berjudul **“Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Personal Branding Gusti Bintang Melalui Akun Instagram @bintangemon”** ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1), Studi Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca dalam rangka lebih menyempurnakan Tugas Akhir ini. Tidak lupa dalam kesempatan ini ingin saya sampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Novi Erlita, MA selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Ibu Suryaning Hayati, S.E, M.M, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana

5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Keluargaku tersayang, terutama Ayahanda Naman dan Ibunda Hayatih yang sangat mencintaiku dengan setulus hati dan senantiasa mendoakan saya supaya menjadi pribadi yang baik dan berguna bagi orang lain, untuk saudara-saudaraku yang telah membantu dalam mengerjakan skripsi saya, terima kasih atas dukungannya.
7. Semua Keluarga dan Sahabat saya yang telah memberi dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penyusunan skripsi ini.

Peneliti berusaha untuk memberikan upaya terbaik dalam penyusunan proposal skripsi ini dan penelitian menyadari masih ada kekurangan pada proposal ini. Atas saran dan kritik yang membangun peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Penulis

Nurfarida

NIM. 44218010036

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
<i>ABSTRAK</i>	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABLE	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Secara Akademis	21
1.4.2 Secara Praktis	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Komunikasi	36
2.2.1 Fungsi Komunikasi	39
2.3 Pengertian Humas	40
2.4 Personal Branding.....	43

2.5 Instagram.....	47
2.6 Analisis Resepsi.....	51
2.7 Proses Encoding Decoding	52
2.8 Khalayak Aktif dan Pasif.....	54
2.9 Kerangka Berpikir	56
2.10 Konsep Budaya	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1 Paradigma Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	60
3.3 Subjek Penelitian	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.6 Teknik Keabsahan Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Bintang Emon	68
4.1.2 Akun Instagram Bintang Emon (@bintangemon)	70
4.2 Hasil Penelitian.....	71
4.2.1 Analisis Personal Branding Akun Instagram @bintangemon.....	71
4.2.2 Resepsi Informan Terhadap Konten Bintang Emon dalam Akun Instagram nya.....	84
4.2.3 Pembahasan Resepsi Followers Terhadap Personal Branding Bintang Emon	86
4.3 Pembahasan.....	89
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99
5.2.1 Secara Akademis.....	99
5.2.2 Secara Praktis.....	99

DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103
Lampiran 1	104
Lampiran 2	106
Lampiran 3	108
Lampiran 4	110
Lampiran 5	112
DOKUMENTASI WAWANCARA	114
CV	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	14
Gambar 2	15
Gambar 3	16
Gambar 4	17
Gambar 5	52
Gambar 6	70



DAFTAR TABLE

Tabel 1	12
Tabel 2	18
Tabel 3	19
Table 4	20
Table 5	23
Table 4.1	76
Table 4.2	79
Table 4.3	83

