



**RESEPSI KHALAYAK MILLENNIAL PADA *PERSONAL  
BRANDING* DEDDY CORBUZIER SEBAGAI KONTEN**

***KREATOR YOUTUBE***

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Yaniar Ismarini

44220110020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yaniar Ismarini  
NIM : 44220110020  
Program Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : Resepsi Khalayak Millennial Pada *Personal Branding*  
Deddy Corbuzier Sebagai Konten Kreator YouTube

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Februari 2023

A 1000 Rupiah adhesive stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'STAMPULUR RIBU RUPIAH', '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '80A7CAKX339040760'. The name 'Yaniar Ismarini' is printed at the bottom of the stamp.

Yaniar Ismarini

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yaniar Ismarini  
NIM : 44220110020  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Millennial Pada Personal Branding Deddy Corbuzier Senagai Konten Kreator YouTube

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi/ Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (  )  
NIDN : 0318116602  
Ketua Penguji : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom (  )  
NIDN : 0322088201  
Penguji Ahli : Anindita, S.Pd, M.Ikom (  )  
NIDN : 0306018903

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Menyetujui Ketua Bidang Studi

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

Jakarta, 17 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yulawati, M Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Yaniar Ismarini  
44220110020

Resepsi Khalayak Millennial pada *Personal Branding*  
Deddy Corbuzier sebagai Konten Kreator YouTube

### ABSTRAK

*New Media* memiliki ruang bagi khalayak untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara cepat. Salah satu *new media* yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah YouTube. Keberadaan YouTube sebagai situs dengan partisipasi pengguna yang tinggi dilihat sebagai peluang dan media yang efektif dalam membangun *personal branding*.

Deddy Corbuzier adalah salah satu *public figure* yang saat ini ikut serta dalam pemanfaatan YouTube sebagai media untuk membagikan kontennya. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana resepsi khalayak atau penonton yang berasal dari generasi millennial terhadap *personal branding* Deddy Corbuzier sebagai konten kreator YouTube yang telah memiliki *viewers* mencapai jutaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi. Subjek yang diambil pada penelitian ini adalah generasi millennial yang merupakan subscriber aktif dari YouTube channel Deddy Corbuzier. Pemilihan informan millennial ini diklasifikasikan berdasarkan latar belakang (pendidikan, pekerjaan, dan preferensi media sosial).

Hasil dari penelitian ini terdapat berbagai pandangan yang diberikan oleh informan yang memiliki pemaknaan berbeda terhadap *personal branding* Deddy Corbuzier. Pemaknaan tersebut adalah opini khalayak terhadap *personal branding* (*you, promise, dan relationship*) dengan menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall. Informan dikategorikan dalam tiga posisi, yaitu: *Dominan Hegemonic, Negotiated, dan Oppositional Position*.

***Kata Kunci: New Media, Personal Branding, YouTube, Analisis Resepsi.***



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
*Public Relations Studies*  
Yaniar Ismarini  
44220110020

*Reception of Millennials Audience on Personal Branding  
Deddy Corbuzier as YouTube Content Creator*

### **ABSTRACT**

*New Media has a space for audiences to communicate and disseminate information quickly. One of the new media that is widely used by the public today is YouTube. The existence of YouTube as a site with high user participation is seen as an opportunity and an effective medium for building personal branding.*

*Deddy Corbuzier is one of the public figures currently participating in the use of YouTube as a medium for sharing his content. This research will discuss how the reception of audiences or viewers from the millennial generation towards Deddy Corbuzier's personal branding as a YouTube content creator who already has millions of viewers.*

*This research uses a qualitative approach with reception analysis methods. The subjects taken in this study were the millennial generations who active subscribers of Deddy Corbuzier's YouTube channel. The selection of millennial informants is classified based on background (education, work, and social media preferences).*

*The results of this research are various views given by informants who have different meanings of Deddy Corbuzier's personal branding. That meaning is public opinion on personal branding (you, promise, and relationship) using Stuart Hall's reception analysis theory. Informants are categorized into three positions, namely: Dominant Hegemonic, Negotiated, and Oppositional Position.*

**Key Word: New Media, Personal Branding, YouTube, Reception Analysis.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan banyak nikmat sehingga penulis dapat melaksanakan penulisan tugas akhir ini sampai selesai. Tidak lupa shalawat serta salam pun saya haturkan kepada Rasul tercinta, Nabi Muhammad SAW.

Dengan judul **“Resepsi Khalayak Millennial Pada Personal Branding Deddy Corbuzier Sebagai Konten Kreator YouTube”** tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap pihak, karena arahan dan bantuannya, terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah memberi pengarahan selama penulisan tugas akhir ini dan juga segenap dosen – dosen lain yang memberi masukan dan arahan selama pengujian seminar proposal sampai dengan sidang akhir.
2. Ibu Dr. Elly Yuliatwati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, tidak lupa juga Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Ibu Sri Wulan, Bapak Dede Admiral, dan Adlan Raynaldo selaku orang tua dan saudara penulis yang telah memberi banyak doa dan dukungan kepada penulis, serta segenap teman – teman yang telah memberikan bantuan dalam bentuk semangat dan pengingat yang begitu banyak.

Penulis sadar akan ada banyak sekali kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan banyak masukan agar penulis dapat menulis dengan lebih baik untuk kedepannya nanti.

Jakarta, Januari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Penelitian Sosial.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis .....	20
2.2.1 Komunikasi.....	20
2.2.2 <i>New Media</i> .....	21
2.2.3 Studi Resepsi .....	27
2.2.4 <i>Public Relations</i> .....	32
2.2.5 <i>Personal Branding</i> .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Subjek Penelitian .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4.1 Data Primer.....	40

3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Analisis Data .....	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Profil Deddy Corbuzier .....	44
4.1.2 Channel YouTube Deddy Corbuzier .....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 <i>Personal Branding</i> Deddy Corbuzier sebagai Kreator YouTube.....	47
4.2.2 Posisi Khalayak berdasarkan model Encoding-Decoding.....	76
4.3 Pembahasan .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran .....	87
5.2.1 Saran Akademis .....	87
5.2.2 Saran Praktis .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	39
Tabel 4.1 Elemen “ <i>You</i> ” .....	55
Tabel 4.2 Elemen “ <i>Promise</i> ” .....	64
Tabel 4.3 Elemen “ <i>Relationship</i> ” .....	72
Tabel 4.4 Hasil Penelitian.....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Deddy Corbuzier.....	44
Gambar 4.2 Channel YouTube Deddy Corbuzier .....	45
Gambar 4.3 Statistik Channel YouTube Deddy Corbuzier .....	46

