



**PEMAKNAAN KHALAYAK *TERHADAP PERSONAL
BRANDING* BARA ILHAM BAKTI PERKASA MELALUI
CHANNEL YOUTUBE TANBOY KUN**

**(Analisis Resepsi Penonton Remaja pada periode Desember 2021
hingga Juni 2022)**

LAPORAN SKRIPSI

Disusun Oleh :

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Ahmad Ikhsan Raditya
44219010029

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Ikhsan Raditya

Nim : 44219010029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Khalayak Terhadap *Personal branding* Bara Ilham Bakti Perkasa melalui channel youtube Tanboykun (Analisis Resepsi Penonton Remaja pada periode Desember 2021 hingga Juni 2022)

Menyatakan bahwa Laporan 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 Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 28 Februari 2023


1FEBBAKX327523764
(Ahmad Ikhsan Raditya)

UNIVERSITA
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ahmad Ikhsan Raditya
Nim : 44219010029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Khalayak Terhadap *Personal branding* Bara Ilham Bakti Perkasa melalui channel youtube Tanboykun (Analisis Resepsi Penonton Remaja pada periode Desember 2021 hingga Juni 2022)

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 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si. ()
NIDN : 0310016901
Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma M.Ikom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Ponco Budi Sulisty, Ph.D ()
NIDN : 0329057401

Jakarta, 28 Februari 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi saya untuk menyelesaikan proposal ini tepat waktu. Tanpa bantuannya, saya tidak akan bisa menyelesaikan tawaran ini. Semoga shalawat dan salam tercurah kepada Nabi kita tercinta Muhammad (SAW), yang kita harapkan untuk bersyafaat di akhir nanti.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat sehat-Nya, baik itu berupa sehat fisik maupun akal pikiran. sehingga saya mampu untuk menyelesaikan Tugas Akhir saya dengan judul “*Personal Branding Bara Ilham Bakti Perkasa Melalui Channel Youtube Tanboy Kun (Analisis resepsi penonton remaja pada periode Desember 2021 hingga Juni 2022)*”.

Penulis tentu menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, saya mengharapkan kritik serta saran dari ibu/bapak dosen untuk proposal ini, supaya proposal ini nantinya dapat menjadi proposal yang lebih baik lagi. Kemudian apabila terdapat banyak kesalahan pada proposal ini saya mohon maaf yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati. penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi. Terima kasih telah memberikan waktu, ilmu pengetahuan, pikiran, dan tenaga untuk melakukan bimbingan. Dan juga terima kasih telah memberikan saran, motivasi, dan kesabaran dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom selaku Ketua Bidang Studi *public relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, S.Pd., M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen mata kuliah Tugas Akhir. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan akademik dan juga terima kasih telah memberikan saran, motivasi, ilmu pengetahuan sehingga penulis bisa sampai tahap ini.
6. Seluruh dosen bidang studi *public relations* yang telah memberikan ilmunya, waktunya, kesabarannya, dan motivasi serta saran bagi penulis selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Rahmat Basuki dan Ibu Maryani selaku orang tua dan tak lupa adik perempuan yaitu Tania yang selalu memberikan semangat, motivasi, saran, doa hingga penulis bisa sampai di tahap ini
8. Sahabat seperjuangan yang luar biasa “BAH” yang terdiri dari Riska Amanda, Annisa Marshaluna, Andra Fauzan, Andhika Destryari yang selalu memberikan semangat dalam suka dan duka tidak lupa menjadi tempat untuk sharing membagi ilmunya selama berjuang.
9. Sahabat seperjuangan Riska Amanda dan Afif Lutfi Umpuan yang telah saling memberikan semangat, motivasi dan menjadi tempat tukar pikiran selama pengerjaan skripsi ini
10. Terakhir penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada diri sendiri yang telah terus berjuang dengan keras, tetap semangat, dan melawan rasa malas yang dirasa sangat sulit di lawan. Sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Demikian, semoga skripsi tugas akhir ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Jakarta Barat, 28 Februari 2023



Ahmad Ikhsan Raditya

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Ikhsan Raditya

NIM : 44219010029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Khalayak Terhadap *Personal branding* Bara Ilham Bakti Perkasa melalui channel youtube Tanboykun (Analisis Resepsi Penonton Remaja pada periode Desember 2021 hingga Juni 2022)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Februari 2023

Yang menyatakan,



(Ahmad Ikhsan Raditya)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGASAKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Teori Encoding dan Decoding	14
2.2.2 Public Relations	15
2.2.3 Personal Branding.....	16
2.2.4 Media Sosial.....	18
2.2.5 Youtube.....	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Subjek Penelitian.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.6 Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Profil Tanboy Kun.....	29
4.1.2 Profil Youtube Tanboy Kun	30
4.1.3 Analisis Video Youtube Tanboykun periode.....	31
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Mengetahui Akun Youtube Tanboykun.....	33
4.2.2 Lama Menjadi Pengikut Akun <i>Youtube</i> Tanboykun.....	35
4.2.3 Aktif Menonton Youtube Dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir	37
4.2.4 Analisis Resepsi Spesialisasi (<i>The Low Of Specialization</i>).....	39
4.2.5 Analisis Resepsi Kepemimpinan (<i>The Low Leadership</i>)	42
4.2.6 Analisis Resepsi Kepribadian (<i>The Low Of Personality</i>).....	44
4.2.7 Analisis Resepsi Perbedaan (<i>The Lawof Distinctiveness</i>)	47
4.2.8 Analisis Resepsi Kenampakan (<i>The Law of Visibility</i>)	50
4.2.9 Analisis Resepsi Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>)	52
4.2.10 Analisis Resepsi Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>).....	55
4.2.11 Analisis Resepsi Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	58
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 KESIMPULAN	69
5.2 SARAN	71
5.2.1 Saran Akademis	71
5.2.2 Saran Praktis.....	71

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.2.1 Awal Mengetahui akun Youtube Tanboykun	34
Tabel 4.2.2 Lama Menjadi Pengikut Youtube Tanboykun	36
Tabel 4.2.3 Aktif Menonton Youtube	38
Tabel 4.2.4 Resepsi Penonton Terhadap Spesialisasi	41
Tabel 4.2.5 Resepsi Penonton Terhadap Kepemimpinan.....	43
Tabel 4.2.6 Resepsi Penonton Terhadap Kepribadian	46
Tabel 4.2.7 Resepsi Penonton Terhadap Perbedaan	49
Tabel 4.2.8 Resepsi Penonton Terhadap Kenampakan	52
Tabel 4.2.9 Resepsi Penonton Terhadap Kesatuan	54
Tabel 4.2.10 Resepsi Penonton Terhadap Keteguhan.....	57
Tabel 4.2.11 Resepsi Penonton Terhadap Nama Baik	59
Tabel 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Youtube Tanboykun	4
Gambar 1.2 Presentasi Jumlah Kelompok Umur Pengunna Media Sosial	5
Gambar 1.3 Presentasi Jumlah Pengguna Media Sosial	6
Gambar 1.7 Tiga Konten Tanboykun.....	7
Gambar 4.1.1 Channel Youtube Tanboyun	29

