



**PEMAKNAAN FOLLOWERS PADA *PERSONAL BRANDING*  
BENJAMIN MASTER ADHISURYA DALAM AKUN  
TIKTOK @IBEN\_MA**

**LAPORAN SKRIPSI**

**Disusun Oleh :  
Riska Amanda**

**44219010033**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Amanda

Nim : 44219010033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Pada Personal Branding Benjamin  
Master Adhisurya Dalam Akun Tiktok @Iben\_Ma

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, 4 Februari 2023



Riska. Amanda

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Riska Amanda  
Nim : 44219010033  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Pada Personal Branding Benjamin  
Master Adhisurya Dalam Akun Tiktok @Iben\_Ma

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 Sulistyio, Ph.D	(  )
NIDN	: 0329057401	

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Maret 2023

Menyetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, dengan segala nikmat sehat dan nikmat hidup sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“Analisis Resepsi Followers pada Personal Branding Benjamin Master Adhisurya dalam Akun Tiktok @Iben.Ma”** Tugas Akhir Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tidak terlepas dari berbagai kesalahan dan kekurangan dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Tanpa adanya bimbingan dan dukungan tersebut, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat terwujud sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi. Terima kasih telah memberikan waktu, dan arahan kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
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 mata kuliah Tugas Akhir sekaligus dosen pembimbing akademik saya yang senantiasa memberikan waktu, arahan kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen bidang studi *Public Relations* yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan ilmu, pengalaman, waktu dan juga materi serta memotivasi dan memberikan bimbingan yang bermanfaat bagi kehidupan penulis untuk siap terjun di dunia kerja.
7. Orang-orang hebat di balik PT. Delamibrands, Ka Giska, Pak Ludy, yang telah memberikan saya kesempatan magang dan memberikan saya banyak ilmu mengenai marketing communication.
8. Sahabat-sahabat saya Radit, Cipaul, Dika, Andra, Linda, Punge, Umam dan Anshori yang selalu memberi dukungan dan menemani saya bergadang dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Seluruh mahasiswa ilmu komunikasi 2019 yang telah menjadi teman baik untuk saya dan tidak bisa saya sebut satu persatu.
10. Informan dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu saya melengkapi penelitian ini.

Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat, yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah membantu, mendukung, baik secara material maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangannya. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk saya khususnya, dan memberikan banyak manfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Februari 2022



Riska Amanda

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Riska Amanda

Nim : 44219010033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Pada Personal Branding Benjamin  
Master Adhisurya Dalam Akun Tiktok @Iben\_Ma

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, 2 Maret 2023



Yang menyatakan,  
(Riska Amanda)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis .....	20
2.2.1 Teori Encoding – Decoding.....	20
2.2.2 Public Relation .....	22
2.2.3 Personal Branding .....	24
2.2.4 Konten .....	29
2.2.5 Media Sosial TikTok.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	32

3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subyek Penelitian.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Profil Benjamin Master Adhisurya.....	41
4.1.2 Akun Tiktok Iben_ma.....	41
4.1.3 Analisis Video Akun @Iben_ma periode November 2022 hingga Januari 2023.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Awal Mengikuti Akun Tiktok Iben_Ma.....	46
4.2.2 Usia informan Generasi-Z.....	48
4.2.3 Mengetahui tiga konten yang dipilih.....	50
4.2.4 Resepsi Informan Terhadap Spesialisasi Benjamin Master Adhisurya.....	52
4.2.5 Resepsi Informan Terhadap Kepemimpinan Benjamin Master Adhisurya.....	55
4.2.6 Resepsi Informan Terhadap Kepribadian (The Low Of Personality) Benjamin Master Adhisurya.....	57
4.2.7 Resepsi Informan Terhadap Perbedaan Benjamin Master Adhisurya.....	60
4.2.8 Resepsi Informan Terhadap Kenampakan Benjamin Master Adhisurya.....	63
4.2.9 Resepsi Informan Terhadap Kesatuan Benjamin Master Adhisurya.....	65
4.2.10 Resepsi Informan Terhadap Keteguhan (The Law of Persistence).....	68



4.2.11 Resepsi Informan Terhadap Nama Baik (The Law of Goodwill) .....	71
4.3 Pembahasan .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 KESIMPULAN .....	81
5.2 SARAN.....	83
5.2.1 Saran Akademis.....	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.2.1 Awal Mengikuti Akun Tiktok Iben_Ma .....	48
Tabel 4.2.2 Usia Informan generasi Z.....	50
Tabel 4.2.3 Mengetahui tiga konten yang dipilih .....	52
Tabel 4.2.4 Resepsi Followers pada Spesialisasi Iben.....	55
Tabel 4.2.5 Resepsi Followers pada Kepemimpinan Iben.....	58
Tabel 4.2.6 Resepsi Followers pada Kepribadian Iben.....	60
Tabel 4.2.7 Resepsi Followers pada Perbedaan Iben.....	63
Tabel 4.2.8 Resepsi Followers pada Kenampakan Iben .....	65
Tabel 4.2.9 Resepsi Followers pada Kesatuan Iben.....	68
Tabel 4.2.10 Resepsi Followers pada Keteguhan Iben .....	71
Tabel 4.2.11 Resepsi Followers pada Nama Baik Iben .....	75
Tabel 4.1 Hasil Penelitian .....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile TikTok Benjamin Master Adhisurya.....	6
Gambar 1.2 Konten TikTok @Iben_ma .....	7
Gambar 1.3 Jumlah pengguna Tiktok di Indonesia .....	8
Gambar 1.4 Pengguna Media Sosial Global Per Bulan (2022).....	8
Gambar 1.5 Target Audience Benjamin Master Adhisurya.....	9
Gambar 4.1.2 Akun Tiktok Iben_ma .....	43
Gambar 4.1.3.1 Konten Pertama .....	44
Gambar 4.1.3.2 Konten Kedua.....	45
Gambar 4.1.3.3 Konten Ketiga .....	46

