

## ABSTRAK

Nama : Andra Fauzan  
NIM : 44219010024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak terhadap Personal Branding David Brendi di Channel Youtube GadgetIn  
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilatar belakangi oleh fenomena kehidupan keluarga yang kerap diceritakan didalam sebuah konten “*Review*”. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan meneliti channel Youtube #Gadgetin, dari salah satu video yang mereka unggah. Youtube saat ini menjadi pusat hiburan dan edukasi bagi seluruh masyarakat, baik mencari sumber kehidupan ataupun menjadi sebuah hobi yang diminati oleh semua kalangan. Salah satunya, channel Youtube #GadgetIn, mereka menggunakan Youtube sebagai salah satu media sosial nya untuk mempublikasikan konten-konten yang dibuat. Peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana resepsi khalayak di channel Youtube #GadgetIn. Tujuan dari adanya penelitian ini ialah peneliti ingin mengetahui Bagaimana pandangan khalayak terhadap pembentukan *Personal Branding* yang dibentuk dari salah satu video dengan Judul Rekomendasi HP Terbaik untuk LEBARAN 2022!

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif melalui metode penelitian analisis resepsi. Adapun subjek penelitian terdiri dari 7 Informan. Teknik pengumpulan data meliputi data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder berupa tinjauan literatur dari website, portal berita, buku online, jurnal dan artikel. Teknik analisis data menggunakan Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. dan teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini secara umum dapat disimpulkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten yang diunggah oleh channel Youtube #GadgetIn masuk kedalam posisi Hegemonic Dominant. Khalayak memaknai bahwa konten update seputar *gadget* merupakan konten yang menarik untuk diunggah, asal pembuat video tersebut tahu bagaimana memaksimalkan konten tersebut agar menarik perhatian penontonnya. Dari hasil jawaban yang diberikan oleh informan, channel Youtube #GadgetIn membentuk Personal Branding mereka. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis dari keempat konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoya dan Vandehey.

*Kata Kunci: Gadget, Personal Branding, Youtube*

## ABSTRACT

Name : Andra Fauzan  
NIM : 44219010024  
Study Program : Communication Science  
Title Thesis Report : Resepsi Khalayak terhadap Personal Branding David Brendi di Channel Youtube GadgetIn  
Counsellor : Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom

The research conducted by researchers is backgrounded by the phenomenon of family life which is often told in a "Review" content. In this study, researchers conducted research by examining #GadgetIn Youtube channel, from one of the videos they uploaded. Youtube is currently a center of entertainment and education for the entire community, either looking for a source of life or becoming a hobby that is in demand by all circles. One of them, the Youtube channel #GadgetIn, they use Youtube as one of their social media to publish the content created. Researchers are interested in studying how the audience reception on #GadgetIn Youtube channel. The purpose of this study is that researchers want to know how the audience views the formation of Personal Branding which was formed from one of the videos with HP Terbaik untuk LEBARAN 2022!

This research uses a constructivist research paradigm, with a qualitative approach through the reception analysis research method. The subject of the study consisted of 7 Informants. Data collection techniques include primary data in the form of in-depth interviews and secondary data in the form of literature reviews from websites, news portals, online books, journals and articles. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and conclusion drawing, and data validity techniques using Data Source Triangulation.

The results of this study in general can be concluded that the public's meaning of the content uploaded by the Youtube channel #GadgetIn entered the position of Hegemonic Dominant. The audience interprets that updated content about gadgets is interesting content to upload, as long as the video creator knows how to maximize the content to attract the attention of his audience. From the results of the answers given by the informant, the Youtube channel #GadgetIn formed their Personal Branding. This can be inferred from the results of the analysis of the four Personal Branding concepts proposed by Montoya and Vandehey.

*Keywords: Gadgets, Personal Branding, Youtube*