



**ANALISIS KHALAYAK MENGENAI PERSONAL BRANDING ARIEF MUHAMMAD
SEBAGAI DAILY VLOGGER DI YOUTUBE CHANNEL @ARIEFMUHAMMAD**

PROPOSAL SKRIPSI

**Proposal Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Di Susun Oleh :

Linada Haina Sastra

44218010122

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Linada Haina Sastra

Nim 44218010122

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Khalayak Mengenai Personal Branding Arief Muhammad Sebagai Daily Vlogger Di Youtube Channel @Ariefmuhammad

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, 06 Maret 2023



(Linada Haina Sastra)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Linada Haina Sastra
NIM : 44218010122
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Khalayak Mengenai
Personal Branding Arief Muhammad Sebagai Daily Vlogger Di
Youtube Channel @Areifmuhammad

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 : Rika Yessica Rahma M.Ikom
NIDN : 0314057804
Ketua Penguji : Dr Juwono Tri Atmodjo M.Si
NIDN : 0316026801
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah M.Si
NIDN : 8870701019

()

MERCU BUANA

Jakarta 06 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Mamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb ...

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji syukur hanya bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang begitu berarti dalam hidup. Shalawat serta salam kami hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, serta keluarga, sahabat dan seluruh umatnya yang mengikuti sunnahnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah rabbil 'alamin, atas kerja keras, kesungguhan dan rahmat Allah SWT, akhirnya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ **Analisis Khalayak Mengenai Personal Branding Arief Muhammad Sebagai Daily Vlogger Di Youtube Channel @Ariefmuhammad**”

Skripsi Ini Disusun Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Public Reltiona Universitas Mercu Buana

Dengan penuh kesadaran penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan serta do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Rika Yessica Rahma, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan kepada penulis sehingga penyusunan proposal skripsi ini berjalan dengan baik.
2. Dr. Elly Yuliatwati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya sayangkan yaitu Bapak H Hairuddin S.ag M.pd dan Ibu Hj Ela Yuliana S.pd atas segala bantuan dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulis selama penyusunan proposal skripsi ini
6. Semua teman-teman perjuangan saya telah banyak memberikan dukungan selama ini kepada penulis khususnya Amel, Nabila Alfaini, Tiffani yang selalu memberikan saya solusi dukungan dan semangat semoga Allah berkenan mempertemukan kita lagi dimasa depan dalam keadaan yang jauh lebih baik
7. Sahabat Saya Hanna, Dian, Widya, Rahmat yang selalu mendoakan saya dan selalu menemani saya sampai menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman SMA saya Tirta Bidjaksana yang sudah membantu membuatkan daftar gambar dan daftar tabel pada skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang saya tidak bias sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dalam proses penelitian skripsi ini .

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada saya dan bagi pihak pihak yang bersangkutan pada umumnya. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih

Billahitaufiq wal Hidayah. Wassalamualaikum Wr. Wb

Tangerang, 28 Juli 2022

Linada Haina Sastra

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

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

Nama : Linada Haina Sastra
Nim : 44218010122
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Khalayak
Mengenai *Personal Branding* Arief Muhammad Sebagai *Daily Vlogger* Di Youtube Channel @Ariefmuhammad

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 06 maret 2023
Yang menyatakan,



(Linada Haina Sastra)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi.....	18
2.3 Analisis resepsi.....	20
2.4 Media Social	21
Karakteristik Media Social	22
Jenis Jenis Media Social	23
2.5 Personal Branding.....	24

BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Subjek Penelitian.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Data Primer.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Resepsi Audiens Terhadap Personal Branding Arief Muhammad.....	45
4.2.2 Resepsi Audience Terhadap Vlog Arief Muhammad Dalam Youtube Channel.....	61
1. Hegemoni Dominan.....	61
2. Negosiasi.....	62
3. Oposisi.....	62
4.3 Resepsi Audiens Terhadap Personal Branding Arief Muhammad.....	63
4.4. Pembahasan.....	65
BAB V.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Akademis.....	69
5.2.2 Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Presentase Akses Internet	3
Gambar 1.2 Jumlah Subscribers Youtube Arief Muhammad Hingga 16 Agustus 2021 sebanyak 30,5 subscriber.....	7
Gambar 2 Profil Akun Youtube Arief Muhammad	41
Gambar 3 Profil Akun Youtube Arief Muhammad Menurut <i>socialblade.com</i>	43



DAFTAR TABEL

<u>2.1 Table 1 TABEL PENELITIAN TERDAHULU</u>	14
<u>3.3.1 Table 2 Subjek Penelitian</u>	29
<u>4.2.1 Table 3 Decoding Audience Terhadap Elemen You (Sosok Arief Muhammad)</u>	51
<u>4.2.3 Table 4 Decoding Audiens Terhadap Elemen Promise (Janji Arief Muhammad)</u>	56
<u>4.2.4 Table 5 Decoding Audience Terhadap Elemen (Relationship) Hubungan Arief Muhammad</u>	60

