



**PEMAKNAAN FOLLOWERS AKTIF MENGENAI ISI PESAN  
PERSONAL BRANDING FARHAN ZUBEDI MELALUI AKUN  
TIKTOK @FARHANZUBEDI**

**(Analisis Resepsi Followers pada periode Januari sampai Mei 2023)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**Linda Utari  
44218120012**

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

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Linda Utari

NIM : 44218120012

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Aktif Mengenai Isi Pesan Personal Branding Farhan Zubedi Melalui Akun Tiktok @farhanzubedi (Analisis Resepsi Followers Pada Periode Januari sampai Mei 2023)

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Juli 2023



(Linda Utari)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Linda Utari


Nim : 44218120012

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Aktif Mengenai Isi Pesan Personal Branding Farhan Zubedi Melalui Akun Tiktok @farhanzubedi (Analisis Resepsi Followers pada Periode Januari Sampai Mei 2023).

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


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si (  )

NIDN : 0310016901

Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo M.Ikom (  )

NIDN : 0316129201

Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti M.Ikom (  )


NIDN : 0726067701

Jakarta, 18 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Linda Utari  
NIM : 44218120012  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemaknaan Followers Aktif Mengenai Isi Pesan Personal Branding Farhan Zubedi Melalui Akun Tiktok @farhanzubedi (Analisis Resepsi Followers pada Periode Januari Sampai Mei 2023).

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, 18 Juli 2023

Yang menyatakan,

  
(Linda Utari)



## 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 Nabikita 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 *“Pemaknaan Followers Aktif Mengenai Isi Pesan Personal Branding Farhan Zubedi Melalui Akun Tiktok @farhanzubedi (Analisis Resepsi Followers pada Periode Januari sampai Mei 2023)”*.

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. Allah SWT
2. Semua narasumber yang sudah bersedia membantu saya dalam melakukan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini
3. dr.Farhan Zubedi yang telah menjadi objek penelitian saya dalam melakukan Tugas Akhir Skripsi ini.
4. 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.
5. Bapak Prof. Dr.Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Anindita, S.Pd, M.IKom selaku Sekertaris Bidang Studi Fakultas Ilmu

Komunikasi Universitas Mercu Buana.

8. Seluruh dosen bidang studi *public relations* yang telah memberikan ilmunya, waktunya, kesabarannya, dan motivasi serta saran bagi penulis selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.
9. Kedua orang tua saya Bapak Lilik Haryono dan Mama saya Hamidah, dan tak lupa abang kandung saya yaitu Mohammad Irfan yang selalu memberikan semangat, motivasi, saran, doa, dan dukungan hingga penulis bisa sampai di tahap ini. Untuk adik saya Yuniar Afifa yang menghibur dan sabar dengan saya selaku penulis.
10. Kepada pujaan hati saya Muhammad Mahrus yang juga selalu membahagiakan saya, memberikan saya kekuatan, serta dukungan, Terimakasih telah menemani saya sampai detik ini dan semoga untuk selamanya.
11. Kepada teman-teman saya Kamilatun Nisa, Rida Albina Nur, Dandy Mauladi, dan Restu Adji Trianto. Serta teman-teman saya di yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dan mensupport saya semasa kuliah.
12. 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, 10 Juli 2023



Linda Utari

## Daftar Isi

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....   | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....   | <b>iii</b> |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....  | <b>iv</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>vii</b> |
| <b>Daftar Isi</b> .....  | <b>ix</b>  |
| <b>Daftar Gambar</b> .....   | <b>xi</b>  |
| <b>Daftar Tabel</b> .....  | <b>xii</b> |
| <br>   |            |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....  | 1          |
| 1.2 Fokus Penelitian .....   | 16         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 16         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 16         |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....   | 16         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....  | 16         |
| <br>   |            |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | <b>17</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....   | 17         |
| 2.2 Kajian Teoritis .....  | 25         |
| 2.2.1 Public Relations .....   | 25         |
| 2.2.2 Personal Branding .....  | 26         |
| 2.2.3 Teori Pemaknaan (Proses Decoding-Encoding) .....                             | 32         |
| 2.2.4 Media Sosial .....   | 33         |
| 2.2.4.1 Tiktok .....   | 34         |
| 2.2.5 Konsep Khalayak .....  | 35         |
| 2.2.5.1 Khalayak Aktif .....   | 36         |
| <br>   |            |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....   | <b>37</b>  |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....   | 37         |
| 3.2 Metode Penelitian .....  | 39         |
| 3.3 Subjek Penelitian .....  | 41         |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....  | 43         |
| 3.4.1 Data Primer .....  | 43         |
| 3.4.2 Data Sekunder .....  | 44         |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....   | 44         |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....  | 45         |
| <br>   |            |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                                | <b>46</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 46         |
| 4.1.1 Profile Farhan Zubedi .....  | 46         |
| 4.1.2 Akun Tiktok Farhan Zubedi .....  | 47         |
| 4.1.3 Analisis Video Akun Farhan Zubedi Periode Desember 2022-Januari 2023 .....   | 48         |
| 4.1.3.1 Konten Pertama .....   | 48         |
| 4.1.3.2 Konten Kedua .....   | 49         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....   | 50         |
| 4.2.1 Resepsi Informan dalam Memaknai Personal Branding Tiktok Farhan Zubedi ..... | 50         |

|  |    |
|--|----|
| 4.2.1.1 Analisis Resepsi Spesialisasi ( <i>The Law Of Specialization</i> ) ..... | 59 |
| 4.2.1.2 Analisis Resepsi Kepemimpinan ( <i>The Law Of Leadership</i> ) .....     | 68 |
| 4.2.1.3 Analisis Resepsi Kepribadian ( <i>The Law Of Personality</i> ) .....     | 69 |
| 4.2.1.4 Analisis Resepsi Perbedaan ( <i>The Law Of Distinctivenss</i> ).....     | 77 |
| 4.2.1.5 Analisis Resepsi Kenampakan ( <i>The Law Of Visibility</i> ) .....       | 78 |
| 4.2.1.6 Analisis Resepsi Kesatuan ( <i>The Law Of Unity</i> ) .....              | 86 |
| 4.2.1.7 Analisis Resepsi Keteguhan ( <i>The Law Of Persistence</i> ) .....       | 87 |
| 4.2.1.8 Analisis Resepsi Nama Baik ( <i>The Law Of Goodwill</i> ) .....          | 94 |
| 4.2.1.9 Hasil Penelitian .....   | 96 |
| 4.3 Pembahasan.....  | 98 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan .....       | 104 |
| 5.2 Saran.....             | 106 |
| 5.2.1 Saran Akademis ..... | 106 |
| 5.2.2 Saran Praktis.....   | 106 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>Daftar Pustaka.....</b> | <b>107</b> |
|----------------------------|------------|

|                      |            |
|----------------------|------------|
| <b>LAMPIRAN.....</b> | <b>110</b> |
|----------------------|------------|





## Daftar Gambar

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. Aplikasi paling banyak diunduh versi Sensor Tower.....      | 3  |
| Gambar 2. Usia Pengguna Tiktok Indonesia.....                         | 4  |
| Gambar 3. Jumlah Followers Tiktok Farhan Zubedi .....                 | 9  |
| Gambar 4. Farhan Zubedi Menerima Penghargaan Tiktok Awards 2021 ..... | 9  |
| Gambar 5. Konten Video Tiktok Farhan Zubedi .....                     | 11 |
| Gambar 6. Farhan Zubedi Sebagai Dokter.....                           | 12 |
| Gambar 7. Farhan Zubedi Hobby Menyanyi .....                          | 13 |
| Gambar 8. Farhan Zubedi Storytelling.....                             | 13 |
| Gambar 9. Farhan Zubedi Membahas Isu yang Sedang Ramai .....          | 14 |
| Gambar 10. Farhan Zubedi Menjawab Pertanyaan dari Penonton.....       | 14 |
| Gambar 11. Fungsi Vaksin Covid-12.....                                | 47 |
| Gambar 12. Jumlah Followers Pertanggal 11 Februari 2023.....          | 48 |
| Gambar 13. Bahaya Beras Mentah.....                                   | 48 |
| Gambar 14. Bersih Batu Amanadel .....                                 | 49 |



## Daftar Tabel

|   |    |
|---|----|
| Table 1. Review Penelitian Sejenis Terdahulu .....                          | 22 |
| Tabel.2 Data Informan .....   | 42 |
| Tabel 4.2.1.1 Resepsi Audiens mengenai Konsep Spesialisasi.....             | 62 |
| Tabel 4.2.1.2 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Kepemimpinan .....            | 68 |
| Tabel 4.2.1.3 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Kepribadian .....             | 72 |
| Tabel 4.2.1.4 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Perbedaan .....               | 77 |
| Tabel 4.2.1.5 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Kenampakan (Visibilitas)..... | 82 |
| Tabel 4.2.1.6 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Kesatuan .....                | 86 |
| Tabel 4.2.1.7 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Keteguhan.....                | 90 |
| Tabel 4.2.1.8 Resepsi Audiens Terhadap Konsep Nama Baik.....                | 94 |
| Tabel 4.2.1.9 Hasil Penelitian .....  | 96 |

