



**INTERPRETASI KHALAYAK PADA PERSONAL
BRANDING DI AKUN SOSIAL MEDIA TIKTOK FAJAR
SADBOY**



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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Taufik Thong
NIM : 44319010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Pada
Personal Branding Di Akun Sosial Media Tiktok Fajar Sadboy

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, 15 Agustus
2023



Taufik Thong

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Taufik Thong
NIM : 44319010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Pada
Personal Branding Di Akun Sosial Media Tiktok Fajar Sadboy

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 : Muthia Rahayu M.Ikom
NIDN : 0322029302

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi Ph.d
NIDN : 0304019003

Penguji Ahli : Sandy Permata M.Ikom
NIDN : 0323128306



Jakarta, 15 Agustus 2023

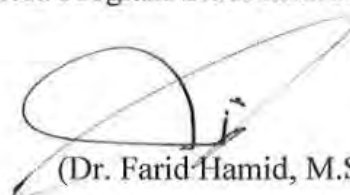
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia dan berkat-Nya, karena telah melimpahkan kesehatan serta hikmat dan rahmat untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“INTERPRETASI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING DI AKUN SOSIAL MEDIA TIKTOK FAJAR SADBOY”** Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi pada bidang studi Marketing Communication.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih setulus-tulusnya kepada pihak- pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini, yakni kepada :

1. **Ibu Muthia Rahayu M.Ikom** selaku dosen pembimbing yang telah berjasa dalam membantu, mengarahkan serta memberikan dukungan dalam bentuk saran yang bermanfaat dalam penulisan tugas akhir ini.
2. **Ibu Melly Ridaryanti M.Soc.sc, Ph.D** selaku Ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi.
3. **Ibu Sandy Permata M.Ikom** selaku Penguji Ahli Tugas Akhir Skripsi.
4. **Ibu Berliani Ardha SE, M.si** selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. **Ibu Melly Ridaryanti M.Soc.sc, Ph.D** selaku dosen pengampu matakuliah Tugas Akhir.
6. Kepada segenap Bapak / Ibu Dosen Program Studi Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah membagikan ilmu pengetahuan, bimbingan serta didikan yang bermanfaat selama penulis

menempuh studi.

7. Seluruh Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Para Informan yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Kepada kedua orang tua, kakak, adik serta keluarga besar yang terus mendoakan dan menyemangati penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada Moses, Hansen, Hadi, Belva, Joseph, Elohim selaku hamba Tuhan, yang selalu mendukung di dalam doa dan memberikan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada Kevin, Egbert, Yehezkiel, Don Bosko, teman sekaligus sahabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta dorongan kepada penulis selama menempuh studi pada Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 08 Februari 2023

Taufik Thong

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

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

Nama : Taufik Thong
NIM : 44319010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak
Pada *Personal Branding* Di Akun Sosial Media Tiktok Fajar
Sadboy

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, mengalih media/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.

MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus
Yang menyatakan,



(Taufik Thong)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademik.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoretis.....	25
2.2.1 Komunikasi Digital.....	25
2.2.2 Interpretasi Khalayak	26
2.2.2.1 Khalayak Aktif.....	27
2.2.2.2 Encoding/Decoding Stuart Hall.....	27
2.2.3 Media Baru.....	29
2.2.3.1 Fungsi Media Baru	30
2.2.4 Media Sosial	32
2.2.4.1 Tiktok	33
2.2.5 Personal Branding	38
2.2.6 Konten Viral.....	41

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Subjek Penelitian	46
3.3.1 Informan	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder.....	50
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umu Objek Penelitian	55
4.1.1 Profil Tiktok Fajar Sadboy.....	57
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Interpretasi Pada Tiktok Fajar Sadboy	62
4.2.2 Interpretasi Pada Ciri Khas Tiktok Fajar Sadboy.....	63
4.2.3 Interpretasi Pada Relevansi Tiktok Fajar Sadboy	65
4.2.4 Interpretasi Pada Konsistensi	
Personal Branding Fajar Sadboy	67
4.2.5 Interpretasi Pada Aspek”You”(Nilai) Tiktok Fajar Sadboy	70
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Interpretasi Tiktok Fajar Sadboy pada Aspek	
Personal Branding	74
4.3.2 Interpretasi Tiktok Fajar Sadboy pada Aspek “You”(Nilai)	77
4.3.3 Hasil Observasi Pada Konten Tiktok Fajar Sadboy	77
4.3.4 Konfirmasi Temuan dengan Teori Stuart Hall	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis.....	88
5.2.2 Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Screenshot</i> Awal Konten Viral Fajar Sadboy	2
Gambar 1.2 Alasan Fajar Dinamai Sadboy Yang diklarifikasi Oleh Tiktoker @Geraldvincent... ..	3
Gambar 1.3 Akun Sosial Media Tiktok Fajar Sadboy.....	4
Gambar 1.4 Data Statistik, Pengguna dan Tren Tiktok... ..	10
Gambar 4.1 Gambar Profil Tiktok Fajar Sadboy... ..	61
Gambar 4.2 Gambar Konten Video Awal Viral Fajar Sadboy.....	63
Gambar 4.3 Gambar Konten Kegalauan Fajar Sadboy... ..	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Karakteristik Infroman.....	53
Tabel 4.1 Interpretasi Hasil Penelitian	85

