

## ABSTRAK

Nama : Taufik Thong  
NIM : 44319010021  
Program Studi : Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Pada *Personal Branding* di Akun Sosial Media Tiktok Fajar Sadboy  
Pembimbing : Muthia Rahayu M.Ikom

Saat ini, komunikasi digital memang menjadi salah satu interaksi sosial yang padat oleh pengguna dari berbagai kalangan usia. Kemudahan internet di era teknologi ini memunculkan banyak aplikasi berbasis internet menjadi sarana dan media komunikasi digital. Hal ini memunculkan fenomena komunikasi digital khususnya di media sosial dan salah satunya adalah Tiktok bagaimana orang bisa menjadi viral dan terkenal dengan personal branding yang kuat dan salah satunya adalah Fajar Sadboy yang viral karena konten percintaan melalui kesedihan yang menjadi ciri khasnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui bagaimana khalayak memaknai konten tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivistik. Kemudian penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi sebagai bentuk metode analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten Fajar Sadboy menghasilkan makna dan pemahaman yang beragam. Personal branding yang ia bentuk dalam setiap kontennya diterima secara berbeda oleh audiens, dalam hal ini peneliti menggunakan enam responden. Pemaknaan tersebut terdiri dari karakteristik, relevansi, dan konsistensi Fajar Sadboy. Mengenai pemaknaan khalayak terhadap konten Fajar, terdapat 2 informan dalam posisi Dominant yang menerima personal branding Fajar Sadboy. Kemudian 2 informan dalam posisi negosiasi yang menerima personal branding Fajar dalam posisi tertentu. Terakhir, terdapat 2 informan pada posisi Oposisi yang secara eksplisit memiliki pemaknaan negatif terhadap personal branding Fajar Sadboy.

**Kata kunci : Komunikasi Digital, konten, interpretasi, *personal branding*, resepsi**

## **ABSTRACT**

*Name* : Taufik Thong  
*NIM* : 44319010021  
*Study Program* : Marketing Communication  
*Thesis Report Title* : Audience Interpretation of Personal Branding on Fajar Sadboy's Tiktok Sosial Media Account  
*Counsellor* : Muthia Rahayu M.Ikom

*Nowadays, digital communication is indeed one of the social interactions that are densely populated by users of various ages. The ease of the internet in this technological era has given rise to many internet-based applications to become a means and medium of digital communication. This has given rise to the phenomenon of digital communication, especially in social media and one of them is Tiktok how people can become viral and famous with a strong personal branding and one of them is Fajar Sadboy who is viral because of the content of romance through sadness that characterizes him. The purpose of this study is to see and find out how audiences interpret the content.*

*This research uses a qualitative approach using a constructivistic paradigm. Then this research uses the reception analysis method as a form of analysis method. The data collection technique used in this research is in-depth interviews.*

*The conclusion of this research shows that the audience's interpretation of Fajar Sadboy's content produces varied meanings and understandings. The personal branding that he forms in each content is received differently by the audience, in this case the researcher used six respondents. The interpretation consists of the characteristics, relevance and consistency of Fajar Sadboy. Regarding the audience's interpretation of Fajar's content, there are 2 informants in the Dominant position who accept Fajar Sadboy's personal branding. Then 2 informants in a negotiation position who accept Fajar's personal branding in a certain position. Finally, there are 2 informants in the Opposition position who explicitly have a negative interpretation of Fajar Sadboy's personal branding.*

***Keywords: Digital communication, content, interpretation, personal branding, reception***