



**STUDI KASUS: OPINI FOLLOWERS PADA PERSONAL
BRANDING DEA RIZKITA SEBAGAI KONTEN KREATOR TIKTOK**

LAPORAN SKRIPSI

Disusun Oleh:

Alexander Adhitya Ananto

44219010116

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alexander Adhitya Ananto
NIM : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Studi Kasus: Opini Followers Pada
Personal Branding Dea Rizkita Sebagai Konten Kreator Tiktok

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, 8 September 2023



Alexander Adhitya Ananto.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Alexander Adhitya Ananto
NIM : 44219010116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Studi Kasus: Opini Followers Pada Personal Branding Dea Rizkita Sebagai Konten Kreator Tiktok

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.

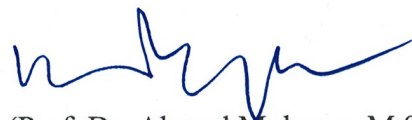
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN : 0318116602
Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si
NIDN : 0319027201
Penguji Ahli : Mardhiyyah, S.I.Kom, M.I.kom
NIDN : 0314038802



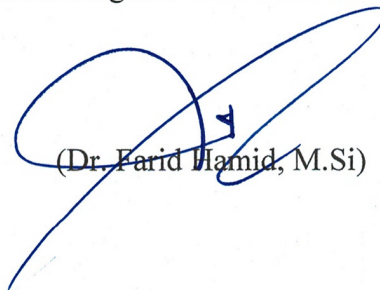
Jakarta, 8 September 2023
Mengetahui,

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 mari kita panjatkan ke hadirat Tuhan YME karena berkat penyertaannya, senantiasa datang untuk memberkahi kita.

Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengungkapkan rasa syukur karena penulis telah menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengangkat dengan tema opini followers pada personal branding pada Dea Rizkita sebagai konten kreator tiktok. Judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “**Studi Kasus: Opini Followers Pada Personal Branding Dea Rizkita Sebagai Konten Kreator Tiktok**”. Penelitian ini juga dibuat guna memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian Tugas Akhir.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa proses dalam mengerjakan skripsi ini dibutuhkan tenaga serta dukungan dari semua pihak yang terlibat. Untuk itu izinkanlah peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berjasa serta memberikan motivasi untuk peneliti dapat menyelesaikan proposal ini secara maksimal, terimakasih ini ditunjukkan kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi serta dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih atas saran, kritik, dan juga waktu yang telah diluangkan selama peneliti melakukan bimbingan.
2. Ibu Anindita, S.Pd, M. Ikom selaku Sekretaris Program Fakultas Komunikasi 2 serta Dosen Riset Komunikasi terima kasih untuk ilmu yang sudah diberikan kepada saya selama menempuh mata kuliah Riset Komunikasi dalam satu semester.
3. Kepada Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Kepala Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Kepada keluarga dan kedua orang tua saya dengan kasih sayangnya yang selalu mendukung segala kegiatan saya baik akademik maupun non-akademik

5. Kepada sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sampai pada hari ini yang selalu bersama dengan saya, dalam suka dan duka. Serta Saya mengucapkan terima kasih atas kontribusi dan segala kebaikan kalian selama ini.
6. Dosen-dosen pengajar Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas ilmu yang sudah diberikan kepada saya selama menempuh pendidikan S1 di tempat ini.
7. Kepada semua pihak yang sudah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung, semoga Tuhan membalas semua kebaikan kalian.

Dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih, semoga penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pembaca tentang topik yang dibahas. Akhir kata penulis mohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan dalam proposal ini.

Jakarta, 20 Maret 2022

Hormat Penulis,

Alexander Adhitya Ananto

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Alexander Adhitya Ananto
NIM : 44219010116
Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Laporan
Skripsi : Studi Kasus: Opini Followers Pada
Personal Branding Dea Rizkita Sebagai Konten Kreator Tiktok

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, 8 September 2023

Yang menyatakan,



(Alexander Adhitya Ananto)

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 Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Pustaka	14
2.2.1. Teori <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i>	14
2.2.2. Cyber Culture.....	15
2.2.3. Media Sosial.....	17
2.2.4. Tiktok.....	19
2.2.5. Content Creator.....	20
2.2.6. Personal Branding.....	20
BAB III.....	24
Metodologi Penelitian	24

3.1. Paradigma Penelitian	24
3.2. Metode Penelitian	24
3.3. Subyek Penelitian.....	25
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.1. Data Primer	26
3.4.2. Data Sekunder.....	27
3.5. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.2. Gambaran Konten Dea Rzkita	31
4.3. Hasil Penelitian	36
4.3.1. <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i>	36
4.3.2. 8 Konsep Personal Branding.....	48
4.3.2.1. Konsep Spesialisasi.....	49
4.3.2.2. Konsep Kepemimpinan.....	50
4.3.2.3. Konsep Kepribadian.....	52
4.3.2.4. Konsep Perbedaan.....	53
4.3.2.5. Konsep Kenampakan	54
4.3.2.6. Konsep Kesatuan	56
4.3.2.7. Konsep Keteguhan	56
4.3.2.8. Konsep Nama Baik	57
4.4. Pembahasan.....	59
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	61
5.2.1. Saran Akademi.....	61
5.2.2. Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dea Rizkita.....	4
Gambar 2. Profil Instagram.....	28
Gambar 3. Profil Tiktok.....	29
Gambar 4. Dokumentasi <i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. Data Informan	26
Tabel 3. Gambaran Konten	36
Tabel 4. Kriteria Konsep Personal Branding	48