

## ABSTRAK

Nama : Namira Aurelia Salsabillah  
NIM : 44218010054  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Terhadap  
Personal Branding Nissa Sabyan Pasca Rumor Perselingkuhan  
Pembimbing : Muthia Rahayu, M.Ikom

Personal Branding adalah suatu proses ketika orang menggunakan dirinya atau karirnya sebagai merek (brand). Personal Branding adalah bagaimana kita memasarkan diri kita pada orang lain secara sistematis. Personal Branding dapat dibangun dari orang, nama, tanda, symbol atau desain yang dapat dijadikan pembeda dengan competitor. Orang yang mengelola Personal Branding dengan baik, cenderung mendapatkan popularitas sesuai atau mendekati harapannya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara layaknya strategi pemasaran.

Nissa Sabyan diisukan menjadi orang ketiga dalam rumah tangga Sang Keyboardis Sabyan Gambus, Ahmad Fairus (Ayus) dengan istrinya, Eri Fitriah. Dengan adanya rumor perselingkuhan tersebut, mempengaruhi berbagai macam persepsi khalayak, maka sangat menarik untuk dibahas mengenai personal branding dari Nissa Sabyan sebagai public figure khususnya pada followers akun Instagram @nissa\_sabyan terhadap kasus Perselingkuhan yang sedang naik daun tersebut.

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivis, dengan metode Analisis Resepsi Stuart Hall. Informan pada penelitian ini merupakan followers dari akun Instagram @nissa\_sabyan.

**Kata Kunci:** Resepsi Khalayak, Analisis Resepsi Stuart Hall, Personal Branding, Perselingkuhan, Instagram

## ***ABSTRACT***

Name : Namira Aurelia Salsabillah  
NIM : 44218010054  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Resepsi Khalayak Terhadap  
Personal Branding Nissa Sabyan Pasca Rumor Perselingkuhan  
Counsellor : Muthia Rahayu, M.Ikom

Personal Branding is a process when people use themselves or are chosen as a brand. Personal Branding is how we market ourselves to others systematically. Personal Branding can be built from people, names, signs, symbols or designs that can be used as a differentiator with competitors. People who manage Personal Branding well, tend to get popularity according to or close to their expectations. These efforts can be done in various ways like a marketing strategy.

Nissa Sabyan is rumored to be the third person in the household of the keyboardist Sabyan Gambus, Ahmad Fairus (Ayus) with his wife, Eri Fitriah. With these rumors of infidelity, affecting various kinds of public perceptions, it is very interesting to discuss the personal branding of Nissa Sabyan as a public figure, especially to followers of the Instagram account @nissa\_sabyan for the case of the infidelity that is on the rise.

This study uses the Constructivist paradigm, with the Stuart Hall Reception Analysis method. Informants in this study are followers of the Instagram account @nissa\_sabyan.

***Keywords:*** Audience Reception, Stuart Hall Reception Analysis, Personal Branding, Infidelity, Instagram

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA