



**RESEPSI KHALAYAK PADA CITRA DIRI BENJAMIN MASTER
ADHISURYA DI AKUN TIKTOK @iben_ma**

SKRIPSI

Erlangga Dharma Satria

44220010011

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlangga Dharma Satria
NIM : 44220010011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Pada Citra Diri Benjamin Master Adhisurya Di Akun TikTok @iben_ma

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, 5 Juli 2024



Erlangga Dharma Satria

UNIVERSITA
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

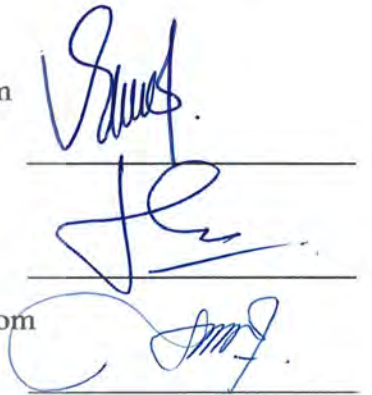
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Erlangga Dharma Satria
NIM : 44220010011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Pada Citra Diri Benjamin Master Adhisurya Di Akun TikTok @iben_ma

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 : Vania Utamie Subiakto, S.Kom.I., M.Ikom
NIDN : 0330099102
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Suryaning Hayati, M.Ikom, SE,MM,M.Ikom
NIDN : 0322088201



Jakarta, 5 Juli 2024

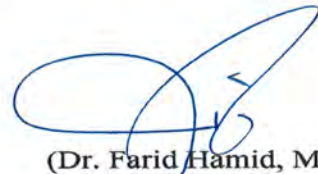
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

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

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

Nama	: Erlangga Dharma Satria
NIM	: 44220010011
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Resepsi Khalayak Pada Citra Diri Benjamin Master Adhisurya Di Akun TikTok @iben_ma

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/formatkan, 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, 5 Juli 2024

A handwritten signature in black ink is written over a 10000 Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'A105AALX292276128' is visible at the bottom of the stamp.

Erlangga Dharma Satria

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“RESEPSI KHALAYAK PADA CITRA DIRI BENJAMIN MASTER ADHISURYA DI AKUN TIKTOK @iben_ma”**. Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam proses penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang peneliti miliki. Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Vania Utamie Subiakto, S.Kom.I., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, saran, serta motivasi yang membangun.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom dan Ibu Siti Muslichatul, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Iptu H. Rudiyanto, S.H. dan Ibu Hj. Agnes Yekti Suharsini selaku orang tua terkasih, serta Mas Rangga Satria Wijaya selaku kakak, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang yang diberikan selama ini.

6. Sdri. Nabila Rizki Febrianti, Sdr. Delfin Fattah, Sdri Eryca Sivana, dan Sdri. Adinda Destiaa yang selalu memberikan motivasi, dukungan, serta meluangkan waktunya dan berkontribusi dalam penulisan proposal skripsi ini.
7. Teman-teman Warung Emak yang senantiasa memberikan motivasi serta saran-saran kepada peneliti

Peneliti menyadari Skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sehingga akhirnya Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dikembangkan lebih lanjut.



Jakarta, 31 Mei 2024

Erlangga Dharma Satria

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Nama : Erlangga Dharma Satria
NIM : 44220010011
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi: Resepsi Khalayak Pada Citra Diri Benjamin Master Adhisurya Di Akun TikTok @iben_ma
Pembimbing : Vania Utamie Subiakto, S.Kom.I., M.Ikom

Media sosial Tiktok adalah salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk membangun citra diri. Membangun citra diri berkaitan dengan konten-konten di TikTok karena seseorang akan bereksistensi untuk menciptakan kreativitas dan hal baru yang berbeda dari yang lainnya. Citra diri adalah gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui resepsi pada citra diri Benjamin Master Adhisurya di Akun TikTok @iben_ma.

Penelitian ini menggunakan teori resepsi khalayak dengan mengacu kepada Teori 7 pembentukan citra diri untuk menentukan posisi khalayak dalam memaknai isi pesan di media. Terdapat tiga kategori untuk menentukan posisi khalayak, yaitu *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data penelitian meliputi data primer dengan wawancara mendalam dan data sekunder berupa dokumentasi dan tinjauan literatur.

Pemaknaan khalayak terhadap citra diri dari pemilik akun TikTok @iben_ma berada pada posisi dominan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas informan menerima makna terhadap citra diri dari @iben_ma dalam TikTok dari berbagai aspek pembentukan citra diri, yaitu keadaan fisik, nama, pakaian, perkembangan sosial, keluarga, kemampuan dan pengetahuan, sikap dan tindakan. Terdapat empat informan yang berada pada posisi negosiasi menerima makna bahwa faktor tersebut mendukung citra diri @iben_ma, serta terdapat yang menolak makna dan memberi makna berdasarkan pandangan dan keyakinannya, dan empat informan yang berada di posisi oposisi di aspek perkembangan sosial, pakaian, sikap dan tindakan.

Kata Kunci: resepsi khalayak, media sosial, citra diri

ABSTRACK

Name : Erlangga Dharma Satria
NIM : 44220010011
Study Program : Public Relations
Thesis Title : Audience Reception of Benjamin Master Adhisurya's Self-Image on @iben_ma's TikTok Account
Consellor : Vania Utamie Subiakto, S.Kom.I., M.Ikom

TikTok social media is one of the social media that can be used to build self-image. Building a self-image is related to the content on TikTok because someone will exist to create creativity and new things that are different from others. Self-image is a person's image of oneself or a person's thoughts about how others view him or her. The purpose of this study is to determine the reception of Benjamin Master Adhisurya's self-image on the TikTok account @iben_ma.

This research uses audience reception theory by referring to Theory 7 of self-image formation to determine the position of the audience in interpreting the content of messages in the media. There are three categories to determine the position of the audience, namely dominant, negotiated, and oppositional. This research uses a qualitative approach using the reception analysis method and uses the constructivism paradigm.

The research data collection techniques include primary data with in-depth interviews secondary data in the form of documentation and literature review.

Audience's interpretation of the self-image of TikTok account owner @iben_ma is in a dominant position. The results of this study indicate that most informants accept the meaning of the self-image of @iben_ma in TikTok from various aspects of self-image formation, namely physical condition, name, clothing, social development, family, abilities and knowledge, attitudes and actions. There are four informants who are in a negotiation position accepting the meaning that these factors support @iben_ma's self-image, as well as those who reject the meaning and give meaning based on their views and beliefs, and four informants who are in an oppositional position in the aspects of social development, clothing, attitudes and actions.

Keywords: *reception analysis, social media, self-image*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Akademis	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13
1.4.3. Manfaat Sosial.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Kajian Teoritis	26
2.2.1. Teori Resepsi Khalayak (<i>Audience Reception Theory</i>)	26
2.2.2. Teori <i>Encoding-Decoding</i>	27
2.2.3. Teori New Media	29
2.2.4. Media Sosial.....	30

2.2.5.	Media Sosial TikTok.....	32
2.2.6.	Konsep Khalayak Aktif.....	33
2.2.7.	Citra Diri (<i>Personal Image</i>)	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1.	Paradigma Penelitian	36
3.2.	Metode Penelitian.....	37
3.3.	Subjek Penelitian	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Data Primer	39
3.4.2.	Data Sekunder	40
3.5.	Teknik Analisis Data	40
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1.	Biografi Benjamin Master Adhisurya (iben_ma).....	43
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Resepsi Pengikut Media Sosial TikTok @iben_ma Dalam Membangun Citra Diri	51
4.2.1.1	Resepsi Informan Terhadap Pemilik Akun TikTok @iben_ma	52
4.2.1.2	Resepsi Khalayak Mengenai Keadaan Fisik @iben_ma	55
4.2.1.3	Resepsi Khalayak terhadap nama atau panggilan @iben_ma di Media Sosial TikTok	61
4.2.1.4	Resepsi Khalayak Terhadap Pakaian yang Dipakai Oleh @iben_ma	66
4.2.1.5	Resepsi Khalayak Terhadap Perkembangan Sosial Konten @iben_ma..	71
4.2.1.5	Resepsi Khalayak Terhadap Keadaan Keluarga @iben_ma	76
4.2.1.7	Resepsi Khalayak Terhadap Terhadap Penggambaran Kemampuan dan Pengetahuan	82
4.2.1.8	Resepsi Khalayak Terhadap Penggambaran Sikap dan Tindakan @iben_ma	87

4.3 Pembahasan	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan Pertama @iben_ma	2
Gambar 1. 2 Akun TikTok @iben_ma.....	5
Gambar 1. 3 Data Key Metrics TikTok @iben_ma	6
Gambar 1. 4 Average Enggagement TikTok @iben_ma per tanggal 4 April – 10 April 2023	6
Gambar 1. 5 Penggunaan Internet Di Indonesia Berusia 16-64 Tahun Di Tahun 2024	10
Gambar 4. 1 Foto Biografi Benjamin Master Adhisurya (@iben_ma)	43
Gambar 4. 2 Konten TikTok @iben_ma tentang kepanjangan LLTTFOC.....	45
Gambar 4. 3 Ciri Khas @iben_ma saat membuat konten di TikTok	48
Gambar 4. 4 Contoh Konten Social Expereminet TikTok @iben_ma	49
Gambar 4. 5 Konten Iben menantang orang random pergi keluar kota untuk membelikan makanan	50



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1	Data Informan Penelitian	38
Tabel 4. 1	Hasil Resepsi Informan Mengenai TikTok @iben_ma	55
Tabel 4. 2	Posisi Khalayak Dalam memaknai keadaan fisik @iben_ma di Media Sosial TikTok.....	60
Tabel 4. 3	Informasi Informan Mengenai Khalayak terhadap nama atau panggilan @iben_ma di Media Sosial TikTok.....	65
Tabel 4. 4	Posisi Resepsi Khalayak Terhadap Pakaian yang Dipakai Oleh @iben_ma	70
Tabel 4. 5	Posisi Resepsi Khalayak Dalam Memaknai Perkembangan Sosial Konten TikTok @iben_ma	75
Tabel 4. 6	Posisi Resepsi Khalayak Terhadap Keadaan Keluarga @iben_ma	81
Tabel 4. 7	Posisi Resepsi Khalayak Terhadap Penggambaran Kemampuan & Pengetahuan @iben_ma.....	86
Tabel 4. 8	Posisi Resepsi Khalayak Terhadap penggambaran sikap dan tindakan stereotip & diskriminasi dalam konten @iben_ma.....	91
Tabel 4. 9	Hasil Posisi khalayak Dalam Memaknai Citra Diri @iben_ma	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Hasil Wawancara.....	108
Lampiran 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	111
Lampiran 3 Tabel Hasil Wawancara.....	113
Lampiran 4 Curriculum Vitae	148

