

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*