



PERSONAL BRANDING YUKI KATO MELALUI INSTAGRAM
(Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Instagram @yukikt)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NA'ILA DIVKA SABILA
44520010061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Na'ila Divka Sabila
NIM : 44520010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Yuki Kato
Melalui Instagram (Analisis Resepsi
Khalayak Pada Akun Instagram
@yukikt)

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, 28 Agustus 2024



Na'ila Divka Sabila

**HALAMAN
PENGESAHAN**

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Na'ila Divka Sabila
NIM : 44520010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Yuki Kato Melalui Instagram (Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Instagram @yukikt)

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 I : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom
NIDN : 0313037302
Ketua Penguji : Finy F. Basarah, M.Si
NIDN : 0319027704
Penguji Ahli : Suman Jaya, S.Sos, M.I.Kom
NIDN : 0329018104



Jakarta, 28 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “*Personal Branding* Yuki Kato Melalui Instagram (Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Instagram @yukikt)”

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, penulis banyak menghadapi kendala dan hambatan, namun akhirnya berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga secara moral dan mental dapat diatasi. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom, sebagai dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan saran, waktu dan juga nasihat yang sangat bermanfaat sehingga saya bisa tepat waktu untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Digital Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang berharga.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam mengurus dokumen tugas akhir.
8. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Imam Supangat dan Ibu Lilah, yang selalu memberikan dukungan, senantiasa mendoakan, dan memberikan fasilitas penunjang sehingga peneliti bisa menyelesaikan Laporan Skripsi dengan lancar.

9. Seluruh rekan fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya seluruh rekan program studi komunikasi digital Universitas Mercu Buana Menteng angkatan 2020.
10. Seluruh informan (Aliya, Dhevina, Joshua, Jose, Adam, Nikmatus, Arif dan Nettriul) selaku informan yang sudah meluangkan waktu dan mengutarakan pendapatnya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan Laporan Skripsi.
11. Kepada semua pihak yang sudah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan kalian semua. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun. Penulis turut berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat dalam memberikan referensi dan pengetahuan baru bagi pembaca.



UNIVERSITAS Jakarta, 21 Agustus 2024
MERCU BUANA

Na'ila Divka Sabila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Na'ila Divka Sabila
NIM : 44520010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Yuki Kato Melalui Instagram (Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Instagram @yukikt)

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, 28 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Na'ila Divka Sabila)

ABSTRAK

Nama : Na'ila Divka Sabila
NIM : 44520010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Personal Branding* Yuki Kato Melalui Instagram
(Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Instagram
@yukikt)
Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

Perkembangan media sosial telah memberikan dampak signifikan pada cara individu membentuk dan memelihara citra diri di ruang publik, termasuk di kalangan selebriti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *personal branding* Yuki Kato melalui akun Instagram @yukikt serta bagaimana khalayak memaknai pesan yang disampaikan melalui akun tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang memfokuskan pada pemaknaan pesan oleh khalayak melalui proses *decoding* dengan tiga posisi penerimaan yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi.

Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan delapan informan yang merupakan pengikut akun Instagram @yukikt sebagai data primer, serta dokumentasi dan tinjauan literatur sebagai data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai kategori pemaknaan yang muncul dari informan terkait *personal branding* Yuki Kato di Instagram, dengan mayoritas berada pada kategori dominan. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak cenderung menerima dan memahami *personal branding* yang dibangun oleh Yuki Kato dengan baik.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Instagram, Analisis Resepsi, Yuki Kato, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Na'ila Divka Sabila
NIM : 44520010061
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Yuki Kato's Personal Branding Through Instagram
(Analysis of Audience Reception on the Instagram
Account @yukikt)
Counsellor : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

The development of social media has significantly impacted how individuals create and maintain their public image, including among celebrities. This study aims to analyze Yuki Kato's personal branding through her Instagram account @yukikt and how the audience interprets the messages conveyed through this account.

This research utilizes Stuart Hall's reception theory, focusing on audience decoding of messages with three positions of reception dominant, negotiation, and opposition.

The research paradigm uses constructivism with a qualitative approach and reception analysis method. Data collection techniques include in-depth interviews with several informants who follow the Instagram account @yukikt as primary data, along with documentation and literature review as secondary data.

The results indicate various categories of interpretation from the informants regarding Yuki Kato's personal branding on Instagram, with the majority falling into the dominant category. This suggests that the audience generally accepts and understands Yuki Kato's personal branding well.

Keywords: Personal Branding, Instagram, Reception Analysis, Yuki Kato, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoretis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.2 <i>Influencer</i>	20
2.2.3 <i>Personal Branding</i>	23
2.2.4 Media Baru.....	24
2.2.5 Media Sosial.....	25
2.2.6 Instagram.....	26

2.2.7 Analisis Resepsi.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Subyek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis data.....	32
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Yuki Kato.....	34
4.1.2 Akun Instagram Yuki Kato.....	35
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Profil Informan.....	40
4.2.2 Resepsi Khalayak dalam Memaknai Personal Branding pada Akun Instagram @yukikt.....	43
4.3 Pembahasan.....	75
BAB V KESIMPULAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	31
Tabel 4.1 Fokus Konten	37
Tabel 4.2.1 Biodata Informan	40
Tabel 4.2.2 Resepsi Informan Terhadap Spesialisasi Yuki Kato.....	46
Tabel 4.2.3 Resepsi Informan Terhadap Kepemimpinan Yuki Kato.....	50
Tabel 4.2.4 Resepsi Informan Terhadap Kepribadian Yuki Kato.....	53
Tabel 4.2.5 Resepsi Informan Terhadap Perbedaan Yuki Kato.....	57
Tabel 4.2.6 Resepsi Informan Terhadap Kenampakan Yuki Kato	61
Tabel 4.2.7 Resepsi Informan Terhadap Kesatuan Yuki Kato.....	64
Tabel 4.2.8 Resepsi Informan Terhadap Keteguhan Yuki Kato	68
Tabel 4.2.9 Resepsi Informan Terhadap Nama Baik Yuki Kato	72
Tabel 4.2.10 Hasil Penelitian Wawancara	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Media Sosial Untuk Mengikuti Merek	3
Gambar 1.2 Presentase Pengguna Media Sosial Untuk Meneliti Merek	4
Gambar 1.3 Akun Instagram Yuki Kato.....	5
Gambar 1.4 Unggahan Yuki Kato sebagai <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime.....	7
Gambar 2.2.8 Diagram Sirkulasi Makna Stuart Hall.....	27
Gambar 4.1.1 Yuki Kato.....	34
Gambar 4.1.2 Tentang Akun Instagram yuki Kato.....	35
Gambar 4.3.1 Komentar Kepribadian Yuki Kato.....	81
Gambar 4.3.2 Komentar Spesialisasi Yuki Kato.....	82
Gambar 4.3.3 Komentar Kenampakan Yuki Kato.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	95
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1.....	96
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2.....	98
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3.....	100
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 4.....	102
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 5.....	104
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan 6.....	106
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan 7.....	108
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan 8	110
Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara Informan	112
Lampiran 11 CV Peneliti	115
Lampiran 12 Cek Plagiasi	117