



**RESEPSI *AUDIENS* PADA *PERSONAL BRANDING* INDRA
FRIMAWAN DALAM KANAL YOUTUBE @*FREEMYWANT***

SKRIPSI

BILLY INDRA FRADIKA

44220010211

**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 : Billy Indra Fradika
NIM : 44220010211
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : RESEPSI AUDIENS PADA PERSONAL BRANDING
INDRA FRIMAWAN DALAM KANAL YOUTUBE
@FreeMyWant

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Agustus 2024



Billy Indra Fradika

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Billy Indra Fradika
NIM : 44220010211
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Audiens Pada Personal Branding Indra Frimawan Dalam Kanal Youtube @FreeMyWant

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 : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom

()

NIDN : 0329044603

Ketua Penguji : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si

()

NIDN : 0306047001

Penguji ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.IKom

()

NIDN : 0330019002

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

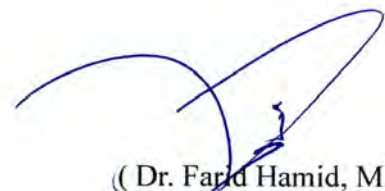
Jakarta, 29 Agustus 2024
Mengetahui,

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 : Billy Indra Fradika
NIM : 44220010211
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : RESEPSI AUDIENS PADA
PERSONAL BRANDING INDRA
FRIMAWAN DALAM KANAL
YOUTUBE @FreeMyWant

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, 29 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



(Billy Indra Fradika)

ABSTRAK

Nama : Billy Indra Fradika
NIM : 44220010211
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Audiens Pada Personal Branding Indra Frimawan Dalam Kanal YouTube @FreeMyWant
Dosen Pembimbing : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan pesat media sosial yang telah mengubah cara individu mempresentasikan diri mereka kepada publik. YouTube telah menjadi salah satu platform utama untuk berbagi konten dan informasi. Pada fenomena kali ini terlihat adanya kecenderungan krisis kreativitas di kalangan para content creator. Banyak dari mereka yang terjebak dalam formula konten yang sama dan berulang, sehingga mengakibatkan kurangnya inovasi yang menarik perhatian penonton. Personal branding menjadi strategi penting untuk mendapatkan pengakuan, dukungan, dan kepercayaan dari audiens. Indra Frimawan, sebagai seorang komika dengan gaya komedi one-liner yang khas, berhasil memanfaatkan platform YouTube untuk menonjolkan keunikan dan nilai yang ia miliki.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui penerimaan resepsi secara mendalam pada khalayak dalam personal branding Indra Frimawan melalui kanal Youtube @freemywant. Penelitian ini menggunakan metode resepsi dengan jenis pendekatan kualitatif.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Peneliti mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara mendalam serta pengumpulan data sekunder melalui media buku paket, media internet seperti e-book atau electronic book dan link website.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Indra Frimawan melalui akun youtube pribadinya yaitu FreeMyWant dapat diterima secara baik oleh audiens. Seluruh informan memaknai secara positif personal branding yang telah dibangun Indra Frimawan sebagai komika yang absurd, memiliki pemikiran yang cerdas dan kritis, tampil adanya, dan peduli terhadap sekitar terutama terhadap isu sosial. Melalui akun youtube pribadinya, Indra membagikan konten yang bertujuan untuk dapat menghibur seluruh kalangan masyarakat dengan menonjolkan ciri khasnya.

Kata Kunci: Citra Diri, Resepsi Khalayak, YouTube

ABSTRACT

Name : Billy Indra Fradika
NIM : 44220010211
Study Program : Communication Science
Title of Thesis Report : Audience Reception of Indra Frimawan's Personal Branding on the @FreeMyWant YouTube Channel
Counsellor : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom

This research is motivated by the rapid development of social media that has changed the way individuals present themselves to the public. YouTube has become one of the main platforms for sharing content and information. In this phenomenon, there is a tendency for a crisis of creativity among content creators. Many of them are trapped in the same and repetitive content formula, resulting in a lack of innovation that attracts the attention of the audience. Personal branding is an important strategy to gain recognition, support, and trust from the audience. Indra Frimawan, as a comedian with a distinctive one-liner comedy style, has succeeded in utilizing the YouTube platform to highlight his uniqueness and value.

This study aims to analyze and find out the reception in depth in the audience in Indra Frimawan's personal branding through the Youtube channel @freemywant. This research uses a reception method with a qualitative approach.

The research paradigm used is the constructivist paradigm. Researchers collected primary data by conducting in-depth interviews and secondary data collection through packet book media, internet media such as e-books or electronic books and website links.

The research results show that Indra Frimawan's personal branding through his personal YouTube account, FreeMyWant, is well received by the audience. All informants positively interpret the personal branding that Indra Frimawan has built as an absurd comedian, has smart and critical thinking, appears as it is, and cares about the surrounding, especially about social issues. Through his personal YouTube account, Indra shares content that aims to entertain the entire community by highlighting his characteristics.

Keywords: *Personal Branding, Audience Reception, YouTube*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia nya sehingga Proposal Skripsi dengan judul **“RESEPSI AUDIENS PADA PERSONAL BRANDING INDRA FRIMAWAN DALAM KANAL YOUTUBE @FREEMYWANT”** dapat tersusun sampai dengan selesai. Penulisan Proposal Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sastra 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan proposal skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Proposal Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi
2. Wiyanto Hidayatullah, M.IKom selaku Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir Skripsi
3. Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku Ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi
4. Prof. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Dr. Farid Hamid. M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. Bapak Surya Kilat Buana & Ibu Lusia selaku kedua Orang Tua saya yang telah mendukung dan membiayai kuliah saya hingga saat ini

8. Ferry Indra Transiana, Indra Frimawan dan Duta Indra Pranata selaku saudara kandung saya yang telah support uang jajan dan bantuan baik ide maupun jasa
9. Teman-teman seperjuangan saya di Universitas Mercu Buana atas kerja samanya dan support selama kurang lebih 4 tahun

Akhir kata saya berharap Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Sehingga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.



Jakarta, 14 Agustus 2024

Billy Indra Fradika

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teori	25
2.2.1 Komunikasi	25
2.2.2 Resepsi	30
2.2.3 Teori Encoding - Decoding.....	31
2.2.4 <i>Personal Branding</i>	33
2.2.5 <i>New Media</i>	37

2.2.6	Media Sosial	38
2.2.7	Youtube	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Paradigma Penelitian	43
3.2	Metode Penelitian	44
3.3	Subjek Penelitian	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1	Data Primer	47
3.4.2	Data Sekunder	48
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Profil Akun Youtube FreeMyWant	51
4.1.2	Profil Informan	53
4.2	Hasil Penelitian	57
4.2.1	Analisis Resepsi pada Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>) Indra Frimawan	58
4.2.2	Analisis Resepsi pada Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>) Indra Frimawan	62
4.2.3	Analisis Resepsi pada Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>) Indra Frimawan	66
4.2.4	Analisis Resepsi pada Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>) Indra Frimawan	69
4.2.5	Analisis Resepsi pada Visibilitas (<i>The Law of Visibility</i>) Indra Frimawan	73
4.2.6	Analisis Resepsi pada Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>) Indra Frimawan	77
4.2.7	Analisis Resepsi pada Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>) Indra Frimawan	81

4.2.8 Analisis Resepsi pada Niat Baik (<i>The Law of Goodwill</i>) Indra Frimawan	84
4.3 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
5.2.1 Saran akademis	113
5.2.2 Saran Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten HAH?.....	7
Gambar 4. 1 Channel Youtube FreeMyWant	52
Gambar 4. 2 Konten “HAH” Indra Frimawan	91
Gambar 4. 3 Konten “HAH?Jakarta” Indra Frimawan	92
Gambar 4. 4 Konten “Mind Blowing Interview” Indra Frimawan	94
Gambar 4. 5 Konten “HAH? Interview” Indra Frimawan	95
Gambar 4. 6 (a) Konten “HAH? Suasana Kost” (b) Konten “Jokes Frimawan Gini Ngga?”.....	98
Gambar 4. 7 Konten Vlog Frimawan	99
Gambar 4. 8 (a) Konten Indra Frimawan yang absurd (b) Perbedaan Waktu Unggah pada Konten Indra Frimawan.....	102
Gambar 4. 9 Seri Konten “HAH” Indra Frimawan.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4. 1 Data Informan.....	54
Tabel 4. 2 Resepsi Informan terhadap Spesialisasi Indra Frimawan.....	61
Tabel 4. 3 Resepsi Informan terhadap Kepemimpinan Indra Frimawan.....	65
Tabel 4. 4 Resepsi Informan terhadap Kepribadian Indra Frimawan	68
Tabel 4. 5 Resepsi Informan terhadap Perbedaan Indra Frimawan.....	72
Tabel 4. 6 Resepsi Informan terhadap Visibilitas Indra Frimawan	76
Tabel 4. 7 Resepsi Informan terhadap Kesatuan Indra Frimawan	79
Tabel 4. 8 Resepsi Informan terhadap Keteguhan Indra Frimawan	83
Tabel 4. 9 Resepsi Informan terhadap Niat Baik Indra Frimawan.....	88
Tabel 4. 10 Analisa Hasil Wawancara.....	108



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara	119
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	121
Lampiran 3 Curriculum Vitae (CV)	168

