



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING  
KAIRI YGNACIO RAYOSDEL SO DALAM KONTEN “LING 87%  
WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo”  
PADA CHANNEL YOUTUBE (@KairiPlayz)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Disusun Oleh:**

**SHEVA APRILIA AZZAHRA**

**44218010155**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: SHEVA APRILIA AZZAHRA

NIM: 44218010155

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi: ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING KAIRI YGNACIO RAYOSDELSO DALAM KONTEN “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” PADA CHANNEL YOUTUBE (@KairiPlayz).

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, 02 Februari 2025

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



SHEVA APRILIA AZZAHRA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : SHEVA APRILIA AZZAHRA  
NIM : 44218010155  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING KAIRI YGNACIO RAYOSDELSONO DALAM KONTEN “LING 87% WINRATE Vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” PADA CHANNEL YOUTUBE (@Kairiplayz).

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.

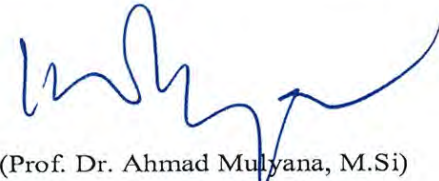
Disahkan oleh:


Pembimbing : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D (  )  
NIDN : 0324128202  
Ketua Penguji : Dr. A. Rahman HI, M.Si (  )  
NIDN : 0330126403  
Penguji Ahli : Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom (  )  
NIDN: : 0329018104

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Februari 2025 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: SHEVA APRILIA AZZAHRA

NIM: 44218010155

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi: ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING KAIRI YGNACIO RAYOSDELSO DALAM KONTEN “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” PADA CHANNEL YOUTUBE (@KairiPlayz).

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, 02 Februari 2025

Yang menyatakan,



SHEVA APRILIA AZZAHRA



## ABSTRAK

Nama: SHEVA APRILIA AZZAHRA

NIM: 44218010155

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi: Analisis Resepsi Khalayak Pada Personal Branding Kairi Ygnacio Rayosdelso Dalam Konten “Ling 87% Winrate vs Alucard 12.000 Matches | Ling Fasthand Combo” Pada Channel YouTube (@KairiPlayz).

Pembimbing: Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

Dalam *era digital* saat ini, *personal branding* menjadi komponen kunci dalam membangun reputasi dan kehadiran *online*. Melalui media sosial, individu memiliki platform pada strategi komunikasi yang efektif. Salah satu hal yang terpenting dalam konteks membangun *personal branding* adalah konten yang dikomunikasikan kepada khalayak. Maka dari itu, konten unggahan keaslian seseorang berperan untuk membedakan dirinya dengan orang lain, bukan hanya sekedar citra semata.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Teori Analisis Resepsi milik Stuart Hall. Teori ini menganalisis bagaimana penerimaan khalayak terhadap pesan yang mereka dapatkan dari sebuah media, yang kemudian dibagi menjadi tiga posisi yakni Hegemoni Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan wawancara mendalam terhadap enam individu yang sudah menonton konten “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” pada Channel YouTube “@KairiPlayz”.

Berdasarkan hasil penelitian, menyimpulkan bahwa mayoritas informan berada dalam posisi Hegemoni Dominan pada beberapa sub-bab yang dibahas, yang berarti kebanyakan informan menerima dengan penuh pesan *personal branding* yang berusaha disampaikan oleh Kairi melalui menonton konten “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES / Ling Fasthand Combo”. Penerimaan pada posisi Hegemoni Dominan ini didukung oleh latar belakang para informan yang pada dasarnya mengidolakan figur Kairi. Sedangkan pada penerimaan pada posisi Negosiasi, informan menyetujui konsep serta isu yang diusung dalam konten tersebut, namun kurang menyetujui bahwa figur Kairi hanya handal dalam memainkan *hero* Ling.

**Kata Kunci:** *resepri khalayak, personal branding, media sosial, teori Stuart Hall, Kairi Ygnacio Rayosdelso.*

## ***ABSTRACT***

Name: SHEVA APRILIA AZZAHRA

NIM: 44218010155

Study Prigram: Ilmu Komunikasi

Title Internship Report: Analisis Resepsi Khalayak Pada Personal Branding Kairi Ygnacio Rayosdelso Dalam Konten “Ling 87% Winrate vs Alucard 12.000 Matches | Ling Fasthand Combo” Pada Channel YouTube (@KairiPlayz).

Counsellor: Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

In today's digital era, personal branding has become a key component in building reputation and online presence. Through social media, individuals have a platform for effective communication strategies. One of the most important aspects of building personal branding is the content communicated to the audience. Therefore, the authenticity of an individual's content plays a crucial role in distinguishing them from others, not just in terms of image.

This study uses a qualitative method with a social constructivism paradigm. The theory applied in this research is Stuart Hall's Reception Theory. This theory analyzes how audiences receive messages they obtain from media, which are then divided into three positions: Dominant Hegemony, Negotiated, and Oppositional. The data collection technique used is in-depth interviews with six individuals who have watched the content “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12,000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” on the YouTube Channel “@KairiPlayz.”

Based on the research findings, it is concluded that the majority of informants are in the Dominant Hegemony position in several sub-sections discussed, meaning that most informants fully accept the personal branding message that Kairi is trying to convey through watching the content “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12,000 MATCHES | Ling Fasthand Combo.” The acceptance of this Dominant Hegemony position is supported by the informants' background, as they generally idolize Kairi's figure. Meanwhile, in the Negotiated position, the informants agree with the concepts and issues presented in the content, but do not fully agree with the notion that Kairi is only skilled at playing the hero Ling.

**Keywords:** *public reception, personal branding, social media, Stuart Hall theory, Kairi Ygnacio Rayosdelso.*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING KAIRI YGNACIO RAYOSDELSO DALAM KONTEN “LING 87% WINRATE vs ALUCARD 12.000 MATCHES | Ling Fasthand Combo” PADA CHANNEL YOUTUBE (@KairiPlayz)” ini dengan baik dan lancar.

Penyusunan tugas akhir ini merupakan kajian singkat mengenai "Resepsi Khalayak Terhadap *Personal Branding* Kairi Ygnacio Rayosdelso Pada Kanal YouTube Pribadinya". Diajukan untuk memenuhi serta melengkapi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (SI) pada bidang studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, peneliti berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Segala kritikan dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai koreksi dan bekal bagi penulis di masa mendatang akan diterima.

Peneliti ingin berterima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan mengajarkan peneliti banyak hal. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D, selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membantu membimbing saya dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom dan Ibu Novi Erlita, MA selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
5. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku pembimbing akademik saya selama 11 semester, yang telah banyak sekali membimbing saya selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan, pengajaran dan bekal ilmu pengetahuan selama peneliti mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas kebaikan, motivasi dan ilmu-ilmu yang telah diberikan.

7. Ayahanda tercinta Novrial Boy dan Ibunda tercinta Poppy Agustina selaku orang tua yang selalu ada dan siap mendukung dalam segala hal baik secara materi maupun moril, dan selalu memberikan kasih sayang yang tidak akan pernah bisa dibayar dengan apapun. Juga kepada adik-adik tercinta, Hafizha dan Hafiya yang telah memberi semangat untuk saya menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Tante Nola, Om Imron, Tante Reny, dan Om Roy yang sudah membantu dan mendukung saya selalu, baik secara materi maupun moril.
9. Dimas Reyhandhito De Silva yang selalu menemani dan memberikan dukungan untuk saya selama pengerjaan skripsi ini.
10. Kepada teman saya Shelma Nissa A, terima kasih banyak selalu mengingatkan dan memberi semangat untuk saya mengerjakan skripsi yang terbilang terlambat ini.
11. Kepada musisi-musisi yang lagunya kerap menemani dikala sulit dan senang selama perjalanan menyusun tugas akhir ini, terutama Dua Lipa dan Halsey.
12. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berusaha agar menyelesaikan perkuliahan yang terbilang sangat terlambat ini. Saya bersyukur pada akhirnya bisa sampai ditahap mengajukan sidang skripsi.

Pada akhirnya skripsi ini sempurna dengan segala kekurangannya, peneliti berharap semoga karya sederhana ini dapat berguna bagi peneliti dan pembaca.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Januari 2025

Peneliti

**Sheva Aprilia Azzahra**

NIM: 44218010155



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Public Relations.....	17
2.3 Fungsi Public Relations ( PR ).....	19
2.4 Personal Branding .....	20
2.5 Media Baru.....	25
2.5.1 Youtube .....	27
2.6 Khalayak.....	29
2.7 Resepsi .....	31
2.8 E-Sports.....	33
2.9 Mobile Legends: Bang Bang! (MLBB) .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subjek Penelitian.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	45

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (bila diperlukan) .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Analisis <i>Personal Branding</i> Kairi Berdasarkan Konsep Montoya.....	68
4.3.2 Analisis Resepsi <i>Personal Branding</i> Kairi.....	77
4.3.3 Faktor Konstektual yang Mempengaruhi Posisi Khalayak.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**DAFTAR GAMBAR**

Figure 1 Thumbnail Konten Kairi.....43



## DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Table 2 Karakteristik Informan.....	39
Table 3 Deskripsi Konten.....	44
Table 4 Resepsi Informan Terhadap Penampilan Kairi.....	67
Table 5 Resepsi Informan Terhadap Role Jungler Kairi.....	68
Table 6 Resepsi Informan Terhadap Skill Hero Assassin Kairi.....	69
Table 7 Resepsi Informan Terhadap Kepribadian Kairi.....	69
Table 8 Resepsi Informan Terhadap Nilai Positif Kairi.....	70

