



**ANALISIS RESEPSI PENGGUNA TIKTOK TERHADAP  
KONTEN 'KOK PADA NGAMBEK' DI AKUN TIKTOK  
@MELVINAHSYANTI96 DAN CITRA BRAND**

**DAVIENA SKINCARE**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**SOULTHON RAFIF**

**UNIVERSITAS  
44319110017**

**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**

## **HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Soulthan Rafif  
NIM : 44319110017  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Pengguna Tiktok Terhadap Konten "Kok Pada Ngambek" di Akun Tiktok @melvinahusyanti96 & Citra Brand Daviena Skincare

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS

Jakarta, 16 Juli 2025

MERCU BUANA



Soulthan Rafif

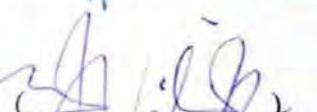
## HALAMAN PENGESAHAN

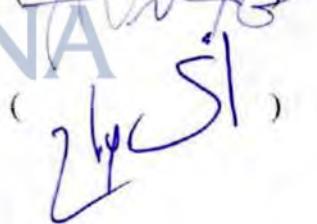
Nama : Soulthan Rafif  
NIM : 44319110017  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Pengguna Tiktok Terhadap Konten "Kok Pada Ngambek" di Akun Tiktok @Melvinahusyanti96 dan Citra Brand Daviena Skincare

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Ira Purwitasari S.sos., M.Ikom (  )  
NIDN : 0302066903

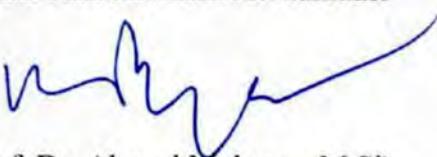
Ketua Pengaji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si (  )  
NIDN : 0319027201

Pengaji Ahli : Muthia Rahayu, S.Ikom., M.Ikom (  )  
NIDN : 0322029302

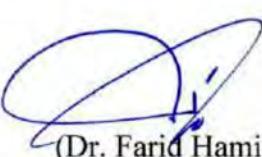
Jakarta, 16 Juli 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

- Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si) 

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

Sebagai aktivis akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Soulthan Rafif  
NIM : 44319110017  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
: Analisis Resepsi Pengguna Tiktok  
Terhadap Konten “Kok Pada Ngambek” di  
Akun Tiktok @melvinahusyanti96 & Citra  
Brand Daviena Skincare  
Judul Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Nonexclusixe 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.

**MERCU BUANA**

Jakarta, 16 Juli 2025

Yang menyatakan,



Soulthan Rafif

## ABSTRAK

Nama	: Soulthan Rafif
NIM	: 44319110017
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Program Studi	: Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Skripsi	: <i>Analisis Resepsi Pengguna TikTok terhadap Konten “Kok Pada Ngambek” di Akun TikTok @melvinahusyanti96 dan Citra Brand Daviena Skincare</i>
Pembimbing	: Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi pengguna TikTok terhadap konten “Kok Pada Ngambek” yang diunggah oleh akun @melvinahusyanti96. Konten ini menampilkan narasi visual mengenai kesuksesan bisnis, gaya hidup pemilik brand Daviena Skincare, dan strategi komunikasi yang digunakan dalam membentuk citra pribadi serta merek. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi berdasarkan teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan pengguna aktif TikTok dan telah menyaksikan konten tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten ini terbagi dalam tiga posisi decoding: hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi. Beberapa informan menerima pesan sebagai bentuk apresiasi dan promosi terhadap brand, sementara yang lain menilai strategi ini terlalu menonjolkan gaya hidup berlebihan. Penelitian ini juga menemukan bahwa citra brand Daviena Skincare tidak hanya dinilai berdasarkan produk, melainkan juga dari personal branding pemiliknya.

**Kata Kunci:** Resepsi khalayak, TikTok, Melvina Husyanti, Daviena Skincare, Flexing, Personal Branding.

## ABSTRAK

Nama : Soulthan Rafif  
NIM : 44319110017  
Faculty : Ilmu Komunikasi  
Study Program : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Title Research Paper : *Analisis Resepsi Pengguna TikTok terhadap Konten “Kok Pada Ngambek” di Akun TikTok @melvinahusyanti96 dan Citra Brand Daviena Skincare*  
counsellor : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom

This study aims to analyze the audience reception of TikTok users toward the content titled “*Kok Pada Ngambek*” uploaded by the account @melvinahusyanti96. The content presents a visual narrative of business success, the lifestyle of the owner of Daviena Skincare, and the communication strategies used to shape both personal and brand image. This research employs a qualitative approach using reception analysis based on Stuart Hall’s *encoding-decoding* theory. Data were collected through in-depth interviews with five informants who are active TikTok users and have viewed the content.

The results reveal that audience interpretations of the content are categorized into three decoding positions: hegemonic dominant, negotiated, and oppositional. Some informants perceived the content as a form of appreciation and brand promotion, while others criticized it for excessively showcasing a luxurious lifestyle. The study also found that the brand image of Daviena Skincare is influenced not only by its product but also by the personal branding of its owner.

**Keywords:** Audience Reception, TikTok, Melvina Husyanti, Daviena Skincare, *Flexing*, Personal Branding

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Analisis Resepsi Pengguna TikTok terhadap Konten 'Kok Pada Ngambek' di Akun TikTok @melvinahusyanti96 dan citra brand Daviena skincare*". Tugas Akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi bidang studi *Marketing Communication & Advertising*.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada:

1. Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar selama proses penulisan skripsi ini.
2. Muthia Rahayu, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji Tugas Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
3. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan moral dan materiil dalam setiap langkah perjalanan akademik saya.
7. Rekan-rekan mahasiswa dan sahabat-sahabat yang turut membantu memberikan masukan selama proses penelitian.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk menyempurnakan penelitian ini di masa depan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teori .....	18
2.2.1 Resepsi Khalayak Model Encoding/Decoding .....	18
2.2.2 Media Baru .....	20
2.2.3 Media Sosial .....	21
2.2.4 Tiktok .....	22
2.2.5 Personal Branding.....	23
2.2.6 Gaya Hidup dan <i>Flexing</i> .....	24
2.2.7 Brand Image.....	25
BAB III .....	26
METODOLOGI PENELITIAN .....	26
3.1 PARADIGMA PENELITIAN .....	26

3.2 METODE PENELITIAN .....	28
3.3 SUBJEK PENELITIAN .....	30
3.3.1 Informan .....	30
1. Informan 1.....	31
2. Informan 2.....	31
3. Informan 3.....	31
4. Informan 4.....	32
5. Informan 5.....	32
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	32
3.4.1 DATA PRIMER.....	33
3.4.2 DATA Sekunder .....	34
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA .....	35
1. REDUKSI DATA .....	35
2. PENYAJIAN DATA .....	36
3. PENARIKAN KESIMPULAN .....	37
3.6 TEKNIK KEABSAHAN DATA .....	37
3.6.1 Triangulasi Sumber Data .....	38
BAB IV .....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Profil Akun Tiktok @Melvinahusyanti96 .....	40
4.1.2 Profile Merek Daviena Skincare .....	41
4.1.3 Gambaran Umum Konten “Kok Pada Ngambek” .....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Resepsi khalayak terhadap popularitas Melvina Husyanti .....	44
4.2.2 Resepsi khalayak terhadap Citra Melvina Husyanti.....	46
4.2.3 Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Konten Flexing Sebagai Promosi .....	49
4.2.4 Resepsi Khalayak Terhadap Brand Daviena Skincare .....	51
4.2.5 Resepsi Khalayak terhadap Dampak dari Konten Tersebut .....	53
4.3 Pembahasan .....	55
BAB V .....	58
KESIMPULAN DAN SARAN .....	58

5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran .....	59
5.2.1 Saran Akademis .....	59
5.2.2 Saran Praktis .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Akun Tiktok @ melvinahusyanti 1.....	2
Gambar 1.2 Konten "Kok Pada Ngambek" pada akun Tiktok @Melvinahuysanti96 .....	3
Gambar 1.3 Pengguna Tiktok di Indonesia .....	5
Gambar 4. 1 Akun Tiktok Melvinahusyanti96.....	40
Gambar 4. 2 Konten "Kok Pada Ngambek".....	42



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4. 1 Pembahasan.....	56

