



**ANALISIS RESEPSI PENGGUNA TIKTOK TERHADAP
KONTEN 'KOK PADA NGAMBEK' DI AKUN TIKTOK
@MELVINAHUSYANTI96 DAN CITRA BRAND
DAVIENA SKINCARE**

SKRIPSI

Disusun oleh :

SOULTHAN RAFIF

44319110017

**UNIVERSITAS
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
: Analisis Resepsi Pengguna Tiktok
Terhadap Konten “Kok Pada Ngambek” di
Akun Tiktok @melvinahusyanti96 & Citra
Judul Skripsi 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 Penguji 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 Penguji : Dr. Santa Margaretha
NIDN : 0319027201
Niken Restaty, M.Si

Penguji 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
Judul Skripsi Brand Daviena Skincare

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Nonexclusive 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 da sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
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 : *Analisis Resepsi Pengguna TikTok terhadap Konten “Kok Pada Ngambek” di Akun TikTok @melvinahusyanti96 dan Citra Brand Daviena Skincare*
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	
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

