

**ANALISIS RESEPSI VIEWERS TERHADAP PERSONAL
BRANDING POSITIVE CONTENT CREATOR GITA SAVITRI
DEVI MELALUI YOUTUBE**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata-1 (S1) pada
program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Dyah Ayu Salsabila Nikmah

20140530304

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

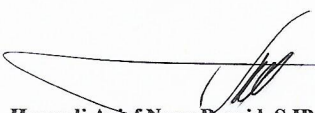
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Agustus 2018
Tempat : Ruang Multimedia
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI
Ketua
Zein Muffarikh Muktaf, S.IP., M.I.Kom
Penguji I Penguji II
Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. **Haryadi Arief Nour Rasyid., S.IP, M.Sc**
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana (S-1) pada tanggal Agustus 2018

Mengetahui,


Haryadi Arief Nour Rasyid, S.IP, M.Sc
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyah Ayu Salsabila Nikmah

NIM : 20140530304

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018



Dyah Ayu Salsabila Nikmah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillah rahmani rahim,

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat dan kenikmatan yang berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Resepsi *Viewers* Terhadap Personal Branding Content Creator Gita Savitri Devi Melalui YouTube” dengan segala rintangan dan kemudahan yang telah dilalui.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang selalu memberikan dukungan yang besar dan doa yang terus mengalir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan kemudahan. Penulis sangat sadar bahwa tanpa adanya dukungan dan semangat positif serta iringan doa yang tulus diberikan, penulis tidak akan mampu untuk melalui segala rintangan dan hambatan dalam pengerjaan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mempersembahkan kepada orang tua, sahabat, kerabat, dan teman-teman yang telah menjadi penyemangat terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Wanita terhebat yang pernah kutemui ibuku Rini Susiowati tercinta yang telah merawatku dari kecil dengan segala cinta yang telah diberikan kepadaku meskipun sebagai seorang single parent sejak aku kecil. Ibuku yang selalu kuat menghadapi segala hal menjadi sosok ayah dan ibu sekaligus untukku. Wanita yang sangat aku cintai aku sayangi dan kasihi. Terima kasih telah mendidiku

menjadi orang yang mandiri dan bertanggung jawab. Alm M. Bagus Sekar Buana ayahku yang kucintai yang telah menjadi kekuatanku untuk menyelesaikan skripsi ini. Masih selalu teringat kata-kata yang menjadi doronganku untuk menyelesaikan skripsi ini sebelum bapak berpulang dengan sang pencipta untuk dapat menyelesaikan skripsi dan melanjutkan S2 keluar negeri sesuai dengan cita-citaku. Ayah yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dorongan kepada semua anaknya untuk meraih cita-cita dan belajar setinggi mungkin. Kedua adikku Tsalitsa Lu'lu'il Jannah dan Amiroh Bilqis Sekar Buana yang selalu membuat *mood*-ku lebih baik. Partner untuk bertengkar dan bercanda bersama. Kedua *support system*ku untuk dapat menjadi contoh yang baik sebagai seorang anak sulung yang baik.

2. Teman seperjuangan ngerjain skripsi bareng Astrida Hafillah dan Dyah Ayu Pratiwi yang sudah melawati susah duka bareng ngerjain skripsi sampai hujan-hujan di Perpustakaan Daerah DIY. Teman mengerjakan skripsi yang pas karena tema penelitian yang mirip membuat kita semakin dekat dan suka berbagi keluh kesah perskripsian bersama. Teman yang selalu memberiku semangat, motivasi, dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini. Salma Firyal, teman ter... ter... terbaik yang pernah aku punya dari awal kuliah di UMY sampai saat ini. Nadhira Faza orang yang selalu aku jadikan tempat membuang mood terburukku, sahabat

tergilaku, sopirku, dan apapun sampai nggak bisa diungkapkan pakai kata-kata lagi untuk orang satu ini. Manusia teraneh dan ternyebelin yang pernah kutemui. Love.. love..

3. Teman-teman SMA ku Keke, Yayas, dan Raka yang selalu menjadi manusia tak terdefiniskan di bumi ini. Anak-anak WASPADA yang sudah memberikan warna di kehidupan SMA-ku.
4. Teman-temanku Firli, Titis, Ayu, Diska, Fika, Icha dan Cila yang sudah mau menjadi teman-teman terbaikku di perkuliahan. Teman-teman Go Go Rangers yang sudah mewarnai hari-hariku di perkuliahan. Teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2014 yang sudah menjadi teman seperjuangan bareng.
5. Kecintaanku BIG BANG dan BTS yang membuat *mood*-ku selalu naik dan menghiburku dengan lagu-lagu dan segala tingkah laku di setiap reality show mereka. Mereka selalu menjadi semangat terbesarku untuk membangun kembali suasana hatiku jika sedang buruk. Saranghae.....

Terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 22 Agustus 2018

Dyah Ayu Salsabila Nikmah

MOTTO

“Jangan jadikan kelemahan kita sebagai halangan untuk mencapai cita-cita kita,
namun jadikanlah kelemahan kita sebagai semangat untuk maju.”

“Jangan pernah sia-siakan segala hal yang ada karena ketika itu hilang untuk
selama-lamanya penyesalan akan selalu datang disepanjang hidupmu.”

-Dyah Ayu Salsabila Nikmah-

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa tercurah kepada umat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Analisis Resepsi *Viewers Terhadap Personal Branding Content Creator Gita Savitri Devi Melalui YouTube*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis dengan tulus hati menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya, Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Cipto, MA. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan dosen penguji III.
4. Bapak Zein Mufarrih, S. IP., M. I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan terhadap skripsi saya.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan-masukan positif dan membangun.

6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan membimbing penulis.
7. Staf TU Ilmu Komunikasi Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti, Pak Yuli, dan staf lainnya yang senantiasa memberikan informasi dan membantu dalam semua kepentingan akademik dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Astrid, Salma, Ayu, Firli, Titis, dan Diska yang telah bersedia menjadi informan pada penelitian kali ini.
9. Kemenristekdikti dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan beasiswa penuh selama empat tahun ini sehingga dapat memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan jenjang kuliah Strata-1.
10. Semua pihak yang telah membantu proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 22 Agustus 2018

Penulis

Dyah Ayu Salsabila Nikmah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakang.....	1
B. RumusanMasalah.....	5
C. TujuanPenelitan.....	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Kajian Literatur.....	17
1. Branding.....	17
2. Personal Branding.....	19
3. YouTube.....	27
4. Analisis Resepsi.....	30
F. Penelitian Terdahulu.....	34

G. Metodologi Penelitian.....	37
1. Jenis Penelitian.....	37
2. Subyek Penelitian.....	39
3. Obyek Penelitian.....	41
4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
5. Teknik Analisis Data.....	42
6. Tahap dan Sistematika Penelitian.....	44
H. Sistematika Penulisan	44
 BAB 2 GITA SAVITRI, VLOG GITA, DAN PROFIL INFORMAN.....	46
A. Gita Savitri Devi.....	46
B. Vlog Gita.....	52
1. Videonya Gita.....	52
2. Beropini.....	58
3. Tentang Jerman.....	60
4. Lain-lain.....	61
C. Profil Informan.....	64
1. Astrida Hafillah.....	65
2. Salma Firyal Hisanah.....	67
3. Dyah Ayu Pratiwi Ratih Pribawati.....	68
4. Rizka Firli Winantya.....	70
5. Ardiska Mega Perwita.....	71
6. Wahyu Titis Dwirani.....	73
 BAB 3 PEMBAHASAN DAN PENYAJIAN DATA.....	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Target Audiens Gita Savitri.....	76
C. Kebiasaan Menggunakan Media Baru.....	80
D. Resepsi Audiens Terhadap Vlog Gita Savitri.....	88
E. Audiens dan Konten Vlog Gita Savitri.....	92
1. Konten yang Bermanfaat.....	94

2.	Peduli Terhadap Isu Sosial.....	96
3.	Mempengaruhi Untuk Berpikir Terbuka.....	97
F.	Analisis Resepsi Audiens Terhadap Personal Branding Gita Savitri.....	105
a.	Konsep Utama Personal Branding.....	106
1.	Analisis Resepsi Terhadap Spesialisasi Gita Savitri.....	107
2.	Analisis Resepsi Terhadap Kepemimpinan Gita Savitri.....	112
3.	Analisis Resepsi Terhadap Kepribadian Gita Savitri.....	116
4.	Analisis Resepsi Terhadap Perbedaan Gita Savitri.....	121
5.	Analisis Resepsi Terhadap Kenampakan Gita Savitri.....	125
6.	Analisis Resepsi Terhadap Kesatuan Gita Savitri.....	129
7.	Analisis Resepsi Terhadap Keteguhan Gita Savitri.....	133
8.	Analisis Resepsi Terhadap Maksud Baik Gita Savitri.....	137
b.	Karakteristik Personal Branding.....	140
1.	Analisis Resepsi Terhadap Aspek Khas Gita Savitri.....	140
2.	Analisis Resepsi Terhadap Aspek Relevan Gita Savitri.....	145
3.	Analisis Resepsi Terhadap Aspek Konsisten.....	151
c.	Dimensi Utama Pembentuk Personal Branding.....	156
1.	Analisis Resepsi Terhadap Kompetensi Gita Savitri.....	156
2.	Analisis Resepsi Terhadap Standar Gita Savitri.....	162
3.	Analisis Resepsi Terhadap Style Gita Savitri.....	165
	BAB 4 PENUTUP.....	174
A.	Kesimpulan.....	177
B.	Saran.....	180
	DAFTAR PUSTAKA.....	183
	LAMPIRAN.....	187

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peringkat YouTube di Indonesia.....	6
Gambar 1.2	Video Kuliah di Jerman.....	8
Gambar 1.3	Contoh Video Gita Savitri.....	8
Gambar 1.4	Statistik YouTube Gita.....	9
Gambar 1.5	Nominasi YouTube Creator for Change.....	10
Gambar 1.6	Profil Gita dalam YouTube Creator for Change.....	10
Gambar 1.7	Video Gita Program Creator for Change.....	11
Gambar 1.8	Twitter Gita Savitri Devi.....	12
Gambar 1.9	Instagram Gita savitri Devi.....	12
Gambar 1.10	Gita dalam Acara Indonesia Morning Show NET TV.....	15
Gambar 1.11	Studi Resepsi oleh Stuart Hall.....	32
Gambar 2.1	Gita Savitri Devi.....	46
Gambar 2.2	Akun YouTube Gita Savitri Devi.....	48
Gambar 2.3	Artikel Tentang Gita Savitri Devi.....	49
Gambar 2.4	Segmen Videonya Gita.....	52
Gambar 2.5	Segmen Beropini.....	58
Gambar 2.6	Segmen Tentang Jerman.....	60
Gambar 2.7	Video Lain-lain.....	61
Gambar 2.8	Astrida Hafillah.....	65
Gambar 2.9	Salma Firyal Hisanah.....	67
Gambar 2.10	Dyah Ayu Pratiwi Ratih Pribawati.....	68
Gambar 2.11	Rizka Firlu Winantya.....	70
Gambar 2.12	Ardiska mega Perwita.....	71
Gambar 2.13	Wahyu Titis Dwirani.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Sebelumnya.....	34
Tabel 2.1	Segmen Videonya Gita.....	53
Tabel 2.2	Segmen Beropini.....	59
Tabel 2.3	Segmen Tentang Jerman.....	60
Tabel 2.4	Video Lain-lain.....	62
Tabel 3.1	Tahun Mengikuti YouTube Gita Savitri.....	79
Tabel 3.2	Karya Gita yang diikuti Informan.....	80
Tabel 3.3	Pilihan Media oleh Informan Penelitian.....	82
Tabel 3.4	Intensitas Menggunakan Media oleh Informan.....	84
Tabel 3.5	Pilihan Konten YouTube oleh Informan.....	85
Tabel 3.6	Keputusan Informan Mengikuti Vlog Gita.....	90
Tabel 3.7	Resepsi Audiens Terhadap Vlog Gita.....	92
Tabel 3.8	Audiens dan Karakteristik Konten Video dan Vlog Gita Savitri.....	101
Tabel 3.9	Audiens dan Konten Vlog Gita Savitri.....	105
Tabel 3.10	Decoding Audiens terhadap Spesialisasi Gita Savitri.....	111
Tabel 3.11	Decoding Audiens terhadap Kepemimpinan Gita Savitri.....	115
Tabel 3.12	Decoding Audiens terhadap Kepribadian Gita Savitri.....	120
Tabel 3.13	Decoding Audiens terhadap Perbedaan Gita Savitri.....	125
Tabel 3.14	Decoding Audiens terhadap Kenampakan Gita Savitri.....	128
Tabel 3.15	Decoding Audiens terhadap Kesatuan Gita Savitri.....	132
Tabel 3.16	Decoding Audiens terhadap Keteguhan Gita Savitri.....	136
Tabel 3.17	Decoding Audiens terhadap Maksud Baik Gita Savitri.....	139
Tabel 3.18	Decoding Audiens terhadap Aspek Khas Gita Savitri.....	144
Tabel 3.19	Decoding Audiens terhadap Aspek Relevan Gita Savitri.....	150
Tabel 3.20	Decoding Audiens terhadap Aspek Konsisten Gita Savitri.....	155
Tabel 3.21	Decoding Audiens terhadap Kompetensi Gita Savitri.....	161
Tabel 3.22	Decoding Audiens terhadap Standar Gita Savitri.....	165
Tabel 3.23	Decoding Audiens terhadap Style Gita Savitri.....	170

Tabel 3.24	Penerimaan dan Kepuasan Audiens terhadap Personal Branding Gita Savitri.....	172
------------	---	-----