

***ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP PERSONAL BRANDING GITA
SAVITRI DI YOUTUBE CHANNEL GITA SAVITRI***

Andini Sekar Maruta

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

marutaandini@gmail.com

Abstrak

YouTube kini menjadi stus berbagi video yang digandrungi oleh para pengguna internet. Segala macam konten video dapat di temukan dalam situs YouTube. Terlebih, Kaum muda saat ini dinilai lebih aktif dalam bermedia-sosial. Skripsi ini membahas tentang bagaimana resepsi audiens atau pemaknaan audiens terhadap *personal branding* Gita Savitri dalam YouTube channel Gita Savitri dengan menggunakan teori *encoding-decoding* milik Stuart Hall untuk melacak sebelas karakteristik personal branding milik Peter Montoya dan Rampershad. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang berada dalam paradigma konstruktivis, bahwa kebenaran yang ini dicari dalam penelitian ini adalah bagaimana penerimaan audiens terhadap *personal branding* Gita Savitri di YouTube channel-nya.

Hasil analisa penelitian ini menunjukkan bahwa dari sembilan audiens yang penulis jadikan sample, dua diantara nya yang selalu berada pada posisi dominan hegemonic, tujuh diantaranya berada pada negotiated position dan dua berada pada posisi *optional code*. Secara garis besar, Analisis resepsi memandang audiens aktif dalam memaknai pesan media. Audiens tidak begitu saja menerima pesan media, latar belakang dan pengalaman tersendiri memberikan pengaruh dalam proses pemaknaan audiens. Sehingga hasil dari pemaknaan (*decoding*) ini bersifat linear yang menjadikan keberagaman pemaknaan (*decoding*) audiens terhadap *personal branding* Gita Savitri.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Personal Branding, Decoding Encoding, Stuart Hall.

***ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP PERSONAL BRANDING GITA
SAVITRI DI YOUTUBE CHANNEL GITA SAVITRI***

Andini Sekar Maruta

Abstract

YouTube has now become a video sharing site that is loved by internet users. All kinds of video content can be found on the YouTube site. Moreover, young people today are considered more active in social media. This thesis discusses how audience reception or the audience's meaning of Gita Savitri's personal branding on Gita Savitri's YouTube channel uses Stuart Hall's theory of encoding-decoding to trace eleven personal branding characteristics of Peter Montoya and Rampershad. The method used in this study is a qualitative research method that is in the constructivist paradigm, that the truth that is sought in this research is how audience acceptance of Gita Savitri's personal branding on his YouTube channel.

The results of the analysis of this study indicate that of the nine audiences that the authors made as samples, two of them were always in the hegemonic dominant position, seven of which were in the negotiated position and two were in the optional code position. Broadly speaking, reception analysis sees the audience as active in interpreting media messages. Audiences don't just accept media messages, their own backgrounds and experiences have an influence on the audience's meaning. So that the results of this decoding are linear in nature which makes the diversity of the meaning (decoding) of the audience towards Gita Savitri's personal branding.

Keyword : Reception Analysis, Personal Branding, Decoding Encoding, Stuart Hall.