

SATIRE SEBAGAI STRATEGI *PERSONAL BRANDING*

DALAM PEMBENTUKAN CITRA PUBLIK

Studi Kasus Pada Konten Berita MetroTV Oleh Valentinus Resa

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

ALMEYDA ZATIRA RAHMAN

210900016

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

***SATIRE AS AN PERSONAL BRANDING STRATEGY IN THE
FORMATION OF PUBLIC IMAGE***

Case Study On MetroTV News Content By Valentinus Resa

THESIS

***Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree
in Communication Science***



Complied by :

ALMEYDA ZATIRA RAHMAN

210900016

FACULTAS OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,




(Almeyda Zatira Rahman)

210900016

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Almeyda Zatira Rahman
NIM : 210900016
JUDUL : Satire sebagai Strategi *Personal Branding* dalam

Pembentukan Citra Publik, Studi Kasus: Pada
Konten Berita MetroTV oleh Valentinus Resa

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Dr. Rustono Farady Marta, . Med.Kom)

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Almeyda Zatira Rahman
NIM : 210900016
JUDUL : Satire sebagai Strategi *Personal Branding* dalam

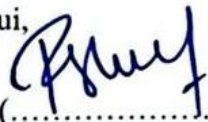
Pembentukan Citra Publik, Studi Kasus: Pada
Konten Berita MetroTV oleh Valentinus Resa

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 25 Agustus 2025

Ketua Penguji
Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

Menyetujui,


(.....)

Anggota Penguji I
Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom (.....)

Anggota Penguji II
Fitri Sarasati, M.Sc


(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP


(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)


(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Almeyda Zatira Rahman

NIM : 210900016

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Penggunaan gaya satire oleh Valentinus Resa di MetroTV sebagai strategi *personal branding*.

Jumlah Halaman : xiv + 115 halaman + lampiran

Bibliografi : 15 buku + 13 jurnal + 2 internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi satire yang digunakan oleh Valentinus Resa dalam program berita MetroTV dimanfaatkan sebagai strategi *personal branding* untuk membentuk citra publik.

Teori utama yang digunakan adalah *Impression Management* untuk memahami strategi *personal branding*, serta konsep satire, citra publik, dan media baru dalam konteks komunikasi massa.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif dan persepsi audiens. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur, observasi non-partisipan terhadap konten berita dan media sosial, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya satire membentuk citra Valentinus sebagai jurnalis yang kritis, cerdas, dan komunikatif. Gaya penyampaian *satire* berhasil menyampaikan informasi dan isu aktual secara ringan dan menarik.

Temuan ini memperkuat relevansi teori *Impression Management* dalam konteks komunikasi media, dan menunjukkan bahwa gaya satire yang digunakan secara strategis mampu membangun keterlibatan serta membentuk citra public

Kata Kunci : Satire, *Personal Branding*, Citra Publik

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom.

Pembimbing II : Dr. Rustono Farady Marta, Med.Kom.

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Almeyda Zatira Rahman

NIM : 210900016

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALIZATION : Public Relations

The use of satire by Valentinus Resa on MetroTV as a personal branding strategy.

Number of Pages : xiv + 115 pages + attachments

Bibliography : 15 books + 13 journal + 2 internet

ABSTRACT

This study aims to examine how the satirical communication style used by Valentinus Resa in MetroTV's news program is utilized as a personal branding strategy to shape public image.

The main theory used is Impression Management to understand personal branding strategies, along with the concepts of satire, public image, and new media within the context of mass communication.

This research employs a qualitative method with a phenomenological approach to explore the audience's subjective experiences and perceptions. Data were collected through semi-structured interviews, non-participant observation of news content and social media, as well as documentation.

The results show that the satirical style shaped Valentinus's image as a critical, intelligent, and communicative journalist. His use of satire effectively delivered information and current issues in a light and engaging way.

These findings reinforce the relevance of Impression Management theory in the context of media communication and demonstrate that satire, when used strategically, can foster engagement and shape public image.

Keywords : ***Satire, Personal Branding, Public Image***

Advisor I : ***Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom.***

Advisor II : ***Dr. Rustono Farady Marta, Med.Kom.***