



Sumber: (X @KOR_McDonalds, diakses 6 Oktober 2025)

Judul Skripsi:

**ANALISIS RESEPSI PENGGEMAR MENGENAI CITRA MARK NCT
DALAM KOLABORASI DENGAN MCDONALD'S KOREA DI TENGAH
FENOMENA BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Kayla Riasya Salsabila

NIM: 2210411098



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Kayla Riasya Salsabila

NIM : 2210411098

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Juli 2026

Yang menyatakan,



Kayla Riasya Salsabila

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kayla Riasya Salsabila

NIM : 2210411098

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Penggemar Mengenai Citra Mark NCT
dalam Kolaborasi dengan McDonald's Korea di Tengah Fenomena Boikot Produk
Pro-Israel

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 20 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Kayla Riasya Salsabila

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kayla Riasya Salsabila
NIM : 2210411098
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS RESEPSI PENGGEMAR MENGENAI CITRA MARK NCT DALAM KOLABORASI DENGAN MCDONALD'S KOREA DI TENGAH FENOMENA BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 20 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Kayla Riasya Salsabila

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Kayla Riasya Salsabila

NIM : 2210411098

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Penggemar Mengenai Citra Mark NCT
dalam Kolaborasi dengan McDonald's Korea di Tengah Fenomena
Boikot Produk Pro - Israel

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Kayla Riasya Salsabila

NIM : 2210411098

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

JUDUL : Analisis Resepsi Penggemar Mengenai Citra Mark NCT
dalam Kolaborasi dengan McDonald's Korea di Tengah
Fenomena Boikot Produk Pro-Israel

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Chairun Nisa Zempi S.I.Kom, M.A.

Penguji 1



Maria Febiana Christanti S.Sos, M.Si

Penguji 2



Putrawan Yuliandri S.I.Kom, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 15 Juli 2026

ANALISIS RESEPSI PENGGEMAR MENGENAI CITRA MARK NCT DALAM KOLABORASI DENGAN MCDONALD'S KOREA DI TENGAH FENOMENA BOIKOT PRODUK PRO- ISRAEL

KAYLA RIASYA SALSABILA

ABSTRAK

Kolaborasi antara idola K-Pop dengan *brand* adalah salah satu strategi pemasaran yang kerap dilakukan. Namun, kolaborasi Mark NCT x McDonald's Korea yang dikaitkan masyarakat dengan isu boikot produk pro-Israel memunculkan perbedaan pemaknaan di kalangan penggemar. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi penggemar terhadap citra Mark NCT dalam kolaborasinya dengan McDonald's Korea di tengah fenomena boikot produk pro-Israel. Pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, serta metode analisis resepsi Stuart Hall *encoding-decoding* untuk mengetahui tiga posisi pemaknaan khalayak, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Data penelitian diperoleh dengan wawancara mendalam dan observasi kepada lima informan yang terpilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar membangun makna yang beragam terhadap kolaborasi berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang yang dimiliki. Dengan analisis resepsi Stuart Hall, ditemukan tiga informan pada posisi *negotiated*, dan dua informan di posisi *oppositional*. Selain itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa kolaborasi tersebut menghasilkan perbedaan interpretasi terhadap citra Mark di pandangan penggemar. Temuan penelitian ini menunjukkan penggemar bersifat aktif memaknai iklan dan citra selebriti, sehingga tidak selalu menerima makna dominan yang dikonstruksikan.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Citra Selebriti, Kolaborasi Brand, Mark NCT, Penggemar K-Pop

FANS RECEPTION ANALYSIS OF NCT'S MARK IMAGE IN COLLABORATION WITH MCDONALD'S KOREA IN THE MIDST OF THE BOYCOTT OF PRO-ISRAEL PRODUCTS

KAYLA RIASYA SALSABILA

ABSTRACT

Collaborations between K-Pop idols and brands are a common marketing strategy. However, the collaboration between NCT's Mark and McDonald's Korea, which the public perceives as part of the boycott of pro-Israel products, has sparked differing interpretations among fans. Therefore, this study aims to find out how fans perceive NCT's Mark's collaboration with McDonald's Korea during the boycott of pro-Israel products. This study uses a qualitative approach based on a constructivist paradigm, applying Stuart Hall's encoding-decoding model of reception analysis to identify three interpretive positions among the audience, the dominant-hegemonic reading, the negotiated reading, and the oppositional reading. Research data were collected through in-depth interviews and observations of five informants selected using purposive sampling. The results indicate that fans construct diverse meanings regarding the collaboration based on their experiences, knowledge, and backgrounds. Using Stuart Hall's reception analysis, three informants were found in the negotiated reading, while two informants were in an oppositional reading. Furthermore, this study reveals that the collaboration led to differing interpretations of Mark's image among fans. These findings indicate that fans actively interpret advertisements and celebrity images, meaning they do not always accept the dominant meanings constructed.

Keywords: Audience Reception, Brand Collaboration, Celebrity Image, K-Pop Fans, Mark NCT

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Resepsi Penggemar Mengenai Citra Mark NCT dalam Kolaborasi dengan McDonald’s Korea di Tengah Fenomena Boikot Produk Pro-Israel”. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi, yakni:

1. Uljanatunnisa, S.Sos., MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Kak Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA, sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membantu serta memberikan arahan dan masukan dalam membimbing peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Maria Febiana Christanti, S.Sos, M.Si. dan Putrawan Yuliandri S.I.Kom, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat menjadi penelitian yang lebih baik.
4. Luqman Hakim, M.Hum, sebagai dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada peneliti selama menempuh perkuliahan.
5. Keluarga peneliti, yaitu Mama, Ayah dan kedua adik peneliti yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
6. Teman-teman peneliti, Anggi, Atika, Syaila, Febi, Salma, Astri, Jeremi, Irene, Catherine, Manda, yang telah menemani peneliti serta menjadi tempat keluh kesah sekaligus memberikan semangat dalam proses penulisan skripsi.
7. Kelima informan yang telah bersedia untuk diwawancarai secara mendalam untuk penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun diharapkan demi perbaikan kedepannya.

Jakarta, 2 Juli 2026

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'K' and 'R' followed by 'iasya Salsabila' in a cursive script.

Kayla Riasya Salsabila

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Praktis	8
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	9
1.4 Batasan Masalah.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	22
2.2.1 Teori Resepsi Stuart Hall (encoding-decoding)	22
2.2.2 Penggemar.....	25

2.2.3 Celebrity Image	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Observasi.....	33
3.3.2 Wawancara Mendalam	34
3.4 Sumber Data.....	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.7 Tabel Rencana Waktu	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Profil Subjek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Encoding Kolaborasi Mark NCT dengan McDonald's Korea	41
4.2.2 Decoding Kolaborasi Mark NCT dengan McDonald's Korea	47
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Praktis	76
5.2.2 Saran Teoritis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan Kolaborasi Mark NCT x McDonald's	1
Gambar 1.2 Data Negara dengan Pangsa Pasar K-Pop Terbesar Tahun 2024	4
Gambar 2.1 Proses Model Encoding-Decoding	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1 Iklan 1	30
Gambar 3.2 Iklan 2	31
Gambar 3.3 Iklan 3	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Data Informan	35
Tabel 3.2 Jadwal Rencana Waktu Proposal Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Analisis Preferred Reading Iklan Kolaborasi Mark dengan McDonald's Korea	41
Tabel 4.2 Posisi Pemaknaan Informan terhadap Kolaborasi Mark dengan McDonald's Korea	70
Tabel 4.3 Kesimpulan Pemaknaan di Posisi Negotiated.....	72
Tabel 4.4 Kesimpulan Pemaknaan di Posisi Oppositional.....	74