

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak terhadap *personal branding* Raisa dalam film *Harta Tahta Raisa* (HTR) menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Film HTR menampilkan perjalanan karir dan kehidupan pribadi Raisa, yang kemudian akan ditafsirkan oleh khalayak secara beragam sesuai dengan latar belakang, budaya, dan pengalaman masing-masing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi yang meliputi posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Informan yang digunakan sebanyak 21 informan biasa yang ditentukan dengan *criterion sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga posisi pemaknaan khalayak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Pada posisi dominan, pembaca menerima pesan sepenuhnya mengenai penggambaran Raisa sebagai sosok profesional, pekerja keras, perfeksionis, dan penyayang. Di posisi negosiasi, pembaca mengakui keberhasilan film HTR dalam menampilkan *personal branding* Raisa, namun mengkritik penggambaran yang dianggap diatur. Sementara itu, pada posisi oposisi, pembaca berpendapat bahwa film kurang menyeluruh dan terlalu fokus pada sisi positif Raisa sehingga terlihat Raisa adalah sosok yang sempurna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada keberagaman pemaknaan khalayak terhadap *personal branding* Raisa dalam film HTR, di mana mayoritas pembaca menempati posisi dominan yang menandakan pembaca menerima pesan yang disampaikan, sementara lainnya berada pada posisi negosiasi dan oposisi.

**Kata Kunci:** analisis resepsi, film dokumenter, *personal branding*, Raisa, Stuart Hall