



IMPLEMENTASI
PERSONAL BRANDING YOUTUBER PETUALANG
Analisis Isi Kualitatif pada Konten Akun Leonardo Edwin



TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Putria Salsabilla
NIM 44222110077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026



**IMPLEMENTASI
PERSONAL BRANDING YOUTUBER PETUALANG
Analisis Isi Kualitatif pada Konten Akun Leonardo Edwin**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**Putria Salsabilla
NIM 44222110077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putria Salsabilla

NIM : 44222110077

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING* YOUTUBER PETUALANG ANALISIS ISI KUALITATIF PADA KONTEN AKUN LEONARDO EDWIN” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 08 Agustus 2026



Putria Salsabilla



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

072.423.4.03.01

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Putria Salsabilla
NIM : 44222110077
Program Studi : Public Relations
Bidang Studi : Fakultas Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Implementasi Personal Branding Youtuber Petualang Analisis Isi Kualitatif Pada Konten Akun Leonardo Edwin ” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

Jakarta, 31 Agustus 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putria Salsabilla
NIM : 44222110077
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING*
YOUTUBER PETUALANG ANALISIS ISI KUALITATIF
PADA KONTEN AKUN LEONARDO EDWIN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 8 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing

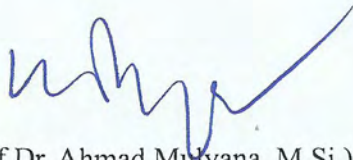


(Mochamad Taufiq Hidayat. M.IKom.)
NIDN/NUPTK: 8834360018

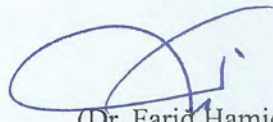
Jakarta 22 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

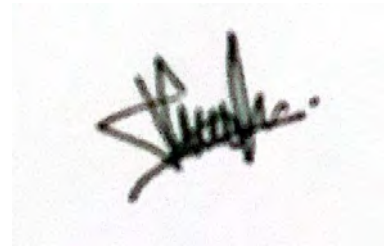
Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Public Relations pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed, selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi
5. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini
6. Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasannya bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh dosen Universitas Mercu Buana yang telah mencurahkan segala ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada penulis. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Teristimewa keluarga tercinta peneliti yaitu Ayahanda Nurdiansyah, Ibunda Ati Rahmawati, serta abang peneliti yaitu Iyan Padrian, Aldi Risaldi, Tezar Permana, dan tidak lupa pula adik prempuan peneliti Lufna Aulia yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, dan bantuan untuk setiap keberhasilan dalam hidup peneliti.

9. Teruntuk para sahabat seperjuangan peneliti personil “Chili Oil” : Amelia, Refi, Elva Terima kasih telah mengizinkan peneliti menjadi bagian dari cerita hidup kalian dan terima kasih telah mewarnai masa perkuliahan ini. Serta tidak pernah membiarkan peneliti berjalan sendirian, selalu setia mendengar keluh kesah, dan tiada henti untuk saling menguatkan. Terima kasih atas segala canda tawa, dukungan, dan kebersamaan tulus yang membuat perjalanan panjang ini terasa lebih ringan.
10. Kepada sahabat masa sekolah peneliti yang tak pernah pudar dukungannya. Teruntuk sahabat-sahabat SMP peneliti: Pipe, Helma, Bebby, dan Almayda serta teman masa kecil sejak bangku SD: Fina, Filomena, Tasya, dan Risa. Terima kasih karena meski waktu terus berjalan dan kita sudah bertumbuh di jalan masing-masing, kalian tetap menjadi tempat pulang yang hangat, selalu menguatkan peneliti hingga akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman main peneliti Windy, Wulan, Alya, dan teman lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan semuanya Terima kasih senantiasa memberi dukungan, saling menguatkan dan menemani setiap langkah peneliti hingga detik ini.
12. Last but not least, diri sendiri. Putria salsabilla atas komitmen dan tanggung jawab dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Proses yang dijalani tidak mudah, namun dengan keteguhan, keberanian, dan keyakinan, penulis mampu bertahan. Kepercayaan bahwa setiap usaha akan menghasilkan kebaikan menjadi penguat dalam setiap tahap yang dilalui, meskipun diwarnai dengan kelelahan dan berbagai hambatan. Seluruuh perjuangan yang di tempuh membuahkan hasil yang nyata, doa-doa yang dipanjatkan terjawab secara bertahap. “kalo ingin menjadi besar (sukses), maka harus berjiwa besar” sebagai motivasi penulis dari ibu tercinta. Pengalaman ini menjadi pembelajaran berharga bahwa setiap proses dan pertumbuhan diri merupakan hal yang patut disyukuri dan dihargai.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 08 Agustus 2026



Putria Salsabilla



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putria Salsabilla
NIM : 44222110077
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING*
YOUTUBER PETUALANG ANALISIS ISI
KUALITATIF PADA KONTEN AKUN
LEONARDO EDWIN

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Putria Salsabilla)

IMPLEMENTASI *PERSONAL BRANDING YOUTUBER* PETUALANG ANALISIS ISI KUALITATIF PADA KONTEN AKUN LEONARDO

EDWIN

PUTRIA SALSABILLA

ABSTRAK

Perkembangan media digital telah memberikan ruang bagi individu untuk membangun identitas dan citra diri melalui konten yang diproduksi secara konsisten. Salah satu bentuk komunikasi tersebut terlihat melalui aktivitas *content creator* dalam memanfaatkan YouTube sebagai media untuk membangun hubungan dengan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *personal branding* Leonardo Edwin sebagai YouTuber petualangan melalui konten YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Data penelitian berupa dua konten video YouTube Leonardo Edwin yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep The Eight Laws of Personal Branding Peter Montoya yang meliputi *specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, dan goodwill*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *personal branding* Leonardo Edwin dibangun melalui gaya komunikasi yang autentik, penyampaian pesan yang informatif, penggunaan *storytelling* dalam menyampaikan pengalaman perjalanan, serta dukungan elemen visual dan audiovisual yang memperkuat identitasnya sebagai kreator konten bertema petualangan. Perkembangan konten dari periode awal sebagai *daily vlogger* hingga menjadi kreator *travel adventure* menunjukkan adanya konsistensi dalam mempertahankan karakter personal, nilai, dan hubungan dengan audiens melalui media YouTube

Kata kunci: *Personal Branding, YouTube, Content Creator, Analisis Isi Kualitatif, Leonardo Edwin.*

**IMPLEMENTATION OF PERSONAL BRANDING OF AN
ADVENTURE YOUTUBER: A QUALITATIVE CONTENT ANALYSIS
OF LEONARDO EDWIN'S YOUTUBE CHANNEL CONTENT**

PUTRIA SALSABILLA

ABSTRACT

The development of digital media has provided individuals with opportunities to build their identity and self-image through consistently produced content. This phenomenon can be seen through the activities of content creators who utilize YouTube as a medium to establish relationships with audiences. This study aims to analyze the implementation of personal branding of Leonardo Edwin as an adventure YouTuber through YouTube content. This research uses a qualitative approach with a qualitative content analysis method. The research data consist of two YouTube videos by Leonardo Edwin selected through purposive sampling based on specific criteria. The analysis was conducted using Peter Montoya's The Eight Laws of Personal Branding, consisting of *specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence, and goodwill*. The results of the study indicate that Leonardo Edwin's personal branding is implemented through authentic communication style, informative message delivery, storytelling in presenting travel experiences, and the use of visual and audiovisual elements that strengthen his identity as an adventure content creator. The development of content from the early period as a daily vlogger to becoming a travel adventure creator shows consistency in maintaining personal characteristics, values, and relationships with audiences through YouTube.

Keywords: Personal Branding, YouTube, Content Creator, Qualitative Content Analysis, Leonardo Edwin.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi	24
2.2.2 Digital <i>Public Relations</i>	27
2.2.3 <i>Personal Branding</i> Peter Montoya	29
2.2.4 <i>Content Creator</i>	33
2.2.5 Kemasan Pesan	37
2.2.6 YouTube Sebagai Media Sosial.....	40
2.2.7 Konsep Agung Wasesa dalam Pembentukan <i>Personal Branding</i>	47
BAB III.....	51
METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Paradigma Penelitian	51
3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian	52

3.3 Subyek Penelitian.....	54
3.4 Objek Penelitian dan Unit Analisis	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Data Primer	57
3.5.2 Data Sekunder	59
3.6 Teknik Analisa data	60
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	61
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1 Profil dan Perjalanan Karier Leonardo Edwin.....	63
4.1.2 Gambaran Kanal YouTube Leonardo Edwin	66
4.1.3 Deskripsi Video.....	68
4.2 Hasil Penelitian	76
4.2.1 <i>Personal Branding</i> Leonardo Edwin dalam Video	76
4.2.2 <i>Personal Branding</i> Leonardo Edwin dalam Video	79
4.2.3 Temuan Implementasi <i>personal branding</i> Leonardo Edwin.....	82
4.3 Pembahasan.....	102
4.3.1 Implementasi <i>personal branding</i> melalui Gaya Bahasa dan Penyampaian Pesan.....	102
4.3.2 Implementasi <i>personal branding</i> melalui Storytelling	107
4.3.3 Implementasi <i>personal branding</i> melalui Elemen Visual dan Audiovisual	111
4.3.4 Konsistensi dan Perkembangan <i>personal branding</i> Leonardo Edwin (Perbandingan Video 2020 dan 2025).....	117
BAB V.....	120
KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	121
5.2.1. Saran Akademis	121
5.2.2. Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	122
DAFTAR LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Table 3. 1 Observasi Video	56
Table 3. 2 Tahapan Analisis	60
Table 4. 1 Ringkasan Video 1: "Sehari Kuliah Musim Dingin di Amerika! Cantik Banget!"	69
Table 4. 2 Ringkasan Video 2: "Paspor Indonesia Kuat Banget disini, Terbang ke Namibia dari Cape Town Nyetir 3 jam di Gurun"	70
Table 4. 3 Perbandingan Dua Video	72
Table 4. 4 Implementasi personal branding Leonardo Edwin.....	82
Table 4. 5 Perubahan dari Dua Video	100
Table 4. 6 Personal Branding melalui Gaya Bahasa dan Penyampaian Pesan	103
Table 4. 7 Personal Branding melalui Storytelling	107
Table 4. 8 Implementasi personal branding melalui Elemen Visual dan Audiovisual	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	
Sumber: wearesocial.com	3
Gambar 1. 2 Profil Akun YouTube Leonardo Edwin. Sumber : Kanal	
YouTube Leonardo.....	5
Gambar 1. 3 Data Akun Youtuber Leonardo Edwin	6
Gambar 1. 4 Sehari Kuliah Musim Dingin di Amerika! Cantik Banget!	
Sumber: Kanal YouTube Leonardo Edwin	7
Gambar 1. 5 Paspor Indonesia Kuat Banget Disini, Terbang ke Namibia dari	
Cape Town Nyetir 3 Jam di Gurun Sumber: kanal YouTube Leonardo Edwin	
.....	8
Gambar 4. 1 Profil Leonardo Edwin Sumber: Akun IG Leonardo Edwin ...	63
Gambar 4. 2 Leonardo Edwin, B.A Sumber: Akun IG Leonardo Edwin	65
Gambar 4. 3 Beberapa Video terpopuler di kanal YouTube Leonardo Edwin	
Sumber: YouTube Leonardo Edwin.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Observasi.....	125
Lampiran 2 CV Putria Salsabilla.....	137

