

**AUDIENCE RECEPTION ON FADIL JAIDI'S PERSONAL BRANDING ON  
YOUTUBE CHANNEL @FADILJAIDI**

**Nabila Alfaini**

**Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public  
Relations [nabilaalfaini31@gmail.com](mailto:nabilaalfaini31@gmail.com)**

**ABSTRACT:** *Youtube is one of the favorite platforms in Indonesia. Youtube can access various kinds of video content, ranging from music, movies, news and information, sports, lifestyle, games, and vlogs. Vlogs as the name suggests, are video blogs. More specifically, a vlog is a video containing opinions, stories, or everyday activities, usually written on a blog. Fadil Jaidi, also participated in the use of vlogs as a medium to share his activities. The purpose of this study was to find out the audience's opinion on Fadil Jaidi's personal branding through vlog content uploaded through his personal YouTube Channel. The audience in this study came from the millennial generation who are active in using social media. Data was collected through in-depth interviews. Most of the informants in this study stated that Fadil Jaidi was a humorous, humble, and ignorant person. The results showed that Fadil Jaidi's consistency in building his personal branding from the start was one of the factors that encouraged the audience to subscribe to his personal Youtube Channel.*

**Keywords:** *reception analysis, personal branding, vlog, YouTube.*

**RESEPSI AUDIENS PADA PERSONAL BRANDING FADIL JAIDI  
DALAM YOUTUBE CHANNEL @FADILJAIDI**

**Nabila Alfaini**

**Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public  
Relations [nabilaalfaini31@gmail.com](mailto:nabilaalfaini31@gmail.com)**

**ABSTRAK:** Youtube merupakan salah satu platform favorit di Indonesia. Youtube dapat mengakses berbagai macam konten video, mulai dari musik, film, berita dan informasi, olahraga, gaya hidup, game, dan vlog. Vlog seperti namanya, adalah blog video. Lebih khusus lagi, vlog adalah video yang berisi opini, cerita, atau aktivitas sehari-hari, biasanya ditulis di blog. Fadil Jaidi, juga berpartisipasi dalam penggunaan vlog sebagai media untuk berbagi kegiatannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat audiens terhadap personal branding Fadil Jaidi melalui konten vlog yang di-upload melalui Channel YouTube pribadi miliknya. Penonton dalam penelitian ini berasal dari generasi milenial yang aktif menggunakan sosial media. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam. Sebagian besar informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa Fadil Jaidi adalah sosok yang humoris, humble, dan jahil. Hasil penelitian menunjukkan konsistensi Fadil Jaidi dalam membangun personal branding-nya sejak awal menjadi salah satu faktor yang mendorong audiens mensubscribe Channel Youtube pribadi-nya.

**Kata kunci: analisis resepsi, personal branding, vlog, YouTube.**