



**PERSONAL BRANDING USTADZ BUDI ASHARI  
PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

**Disusun Oleh**

**Muhammad Firza Hadromi  
44216010081**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Firza Hadromi  
NIM : 44216010081  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Ustadz Budi Ashari Pada Media Sosial Facebook

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Maret 2023



Muhammad Firza Hadromi



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Firza Hadromi  
NIM : 44216010081  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Ustadz Budi Ashari Pada Media Sosial Facebook

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si (  )  
NIDN : 0316026801  
Ketua Penguji : Anindita S,Pd., M.I.Kom. (  )  
NIDN : 0306018903  
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom (  )  
NIDN : 0316129201

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGANGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Firza Hadromi  
NIM : 44216010081  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Ustadz Budi Ashari Pada Media Sosial Facebook

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Firza Hadromi

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan rahmat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ilmiah ini. Adapun maksud penulisan ilmiah ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Publik *Relation* pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan ilmiah ini tidak akan berhasil tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari intelektual-intelektual dan para pemikir yang ada. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Sumberdaya & Keuangan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dan Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang dengan sabar memberikan bimbingan, dorongan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh staff pengajar bidang studi Public Relations FIKOM Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan hal lainnya selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana



4. Alm. KH. Abdurrahman Hilabi, S.E, M.M., Almh. Hj. Habibah, dan Alm. Fikri Hilabi selaku Kakek, Nenek, dan Paman dari penulis yang menjadi motivasi utama penulis dalam penulisan skripsi.
5. Hj, Fikriyah Hilabi dan Hj. Siti Mariyam Zanaria Hilabi, M.Pd. selaku orang tua penulis. Dan Ibu Farida Srikandi selaku nenek yang merawat penulis sedari kecil.
6. Keluarga Besar Titik Balik Kopi Bandar Lampung sebagai rumah kedua dan keluarga yang juga menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan Pendidikan di perguruan tinggi.
7. Keluarga besar Decorindo (Pak Rusono, Pak Imam, Pak Alno, Om Bojek, dll) dan XOEO (Pak Biggest, Pak Tian, Bang Gideon, Bang Bobby)
8. Teman-teman yang memberikan support dan berbagai bantuan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di FIKOM Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kepada semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 17 Maret 2023

^^ Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoretis .....	12
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	12
2.2.2 <i>Personal Branding</i> .....	16
2.2.3 Media Sosial.....	20
2.2.4 Konsep Media Sosial <i>Facebook</i> .....	24
2.2.5 Citra .....	29
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subyek Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Data Primer .....	34
3.4.2 Data Sekunder .....	36
3.5 Teknik Analisa Data.....	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	37

## **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Dasar Kekhasan Personal Branding Ustadz Budi Ashari Melalui Media Sosial Facebook .....	40
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.3 Pembahasan.....	53

## **BAB V. PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran.....	57

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>
----------------------	-----------

