



***PERSONAL BRANDING USTAZ FAKHRUDDIN AL-BANTANI
PADA YOUTUBE***



**UNIVERSITAS
FITTO SETIAWAN
44221010020
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitto Setiawan
Nim : 44221010020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : “*Personal Branding* Ustaz Fakhruddin Al-Bantani Pada YouTube”

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, 23 Mei 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fitto Setiawan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fitto Setiawan
Nim : 44221010020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Personal Branding* Ustadz Fakhruddin Al-Bantani
Pada YouTube

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan dinyatakan telah Memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing 1 : Dr. Achmad Jamil, M. Si
NIDN :307106701

Ketua Penguji : Yuni Tresnawati, M.Ikom
NIDN :0326068001

Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom
NIDN :0314057804

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Mei 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fitto Setiawan
Nim : 44221010020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Personal Branding* Ustaz Fakhruddin Al-Bantani
Pada YouTube

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.

Jakarta, 23 Mei 2025
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



ABSTRAK

Nama : Fitto Setiawan
Nim : 44221010020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Personal Branding* Ustaz Fakhruddin Al-Bantani
Pada YouTube
Pembimbing : Dr. Achmad Jamil, M. Si

Penelitian ini membahas strategi *personal branding* Ustaz Fakhruddin Al-Bantani melalui media YouTube, khususnya pada kanal @RTQ TV. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana *personal branding* dibangun dan dipertahankan melalui konten dakwah digital.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Strategi *personal branding*-nya mencerminkan prinsip-prinsip Peter Montoya, termasuk spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, visibilitas, dan kesatuan. Konten yang dibagikannya tidak hanya berlandaskan ilmiah dan relevan, tetapi juga beresonansi dengan audiens di berbagai kelompok usia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustaz Fakhruddin Al-Bantani mampu membangun citra diri sebagai pendakwah modern yang konsisten, komunikatif, dan edukatif, tanpa mengandalkan promosi diri secara eksplisit. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media digital, khususnya YouTube, dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk citra tokoh agama yang kredibel dan inspiratif.

Kata kunci: *Personal branding*, Dakwah digital, YouTube, Ustaz Fakhruddin Al-Bantani, Strategi komunikasi.

ABSTRACT

Nam : Fitto Setiawan
Student's Number : 44221010020
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Personal Branding of Ustaz Fakhruddin Al-Bantani on YouTube
Counselor : Dr. Achmad Jamil, M. Si

This study explores the personal branding strategy of Ustaz Fakhruddin Al-Bantani through YouTube, particularly via the @RTQ TV channel. The objective is to understand how his personal brand is built and sustained through digital Islamic preaching. This research uses a qualitative approach with a case study method.

The findings indicate that Ustaz Fakhruddin successfully presents himself as a modern preacher who is consistent, communicative, and educational, without relying on self-promotion.

His personal branding strategy reflects Peter Montoya's principles, including specialization, leadership, personality, visibility, and unity. The content he shares is not only scientifically grounded and relevant but also resonates with audiences across different age groups.

This study proves that digital platforms like YouTube can serve as effective tools in establishing a credible and inspirational religious figure.

Keywords: *Personal Branding, Digital Da'wah, YouTube, Ustaz Fakhruddin, Communication Strategy*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***“Personal Branding Ustaz Fakhruddin Al-Bantani Pada YouTube”***.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang *Public Relations*, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa, karena keterbatasan dan pengalaman saya sendiri, masih ada banyak kekurangan selama proses penulisan skripsi. Namun, banyak pihak yang mendorong saya untuk memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini. Terutama, kepada orang tua saya yang tercinta penulis, yaitu Ayah Saman dan Ibu Muhimah, yang telah mendidik, merawat, dan selalu memberikan semangat dengan penuh pengorbanan baik secara moral maupun materil. Mereka juga selalu mendoakan agar penulis dapat mencapai cita-citanya untuk menjadi seorang sarjana. Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua penulis, yang disayangi karena pengorbanan mereka dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa, dan dukungan yang mereka berikan untuk keberhasilan penulis hingga saat ini.

Pada kesempatan kali ini penulis dengan hormat mengucapkan kepada terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan-pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph D selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi bidang *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Ibu Novi Erlita, M.Ikom selaku Sekretaris prodi Ilmu Komunikasi bidang studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris prodi Ilmu Komunikasi bidang studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi bidang *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan.
8. Terima kasih kepada Ustaz Fakhruddin Al-Bantani, karena telah membuat satu akun di media digital YouTube yang membantu proses penelitian penulis hingga selesai.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis yang selalu memberi dukungan agar penulis bisa menyelesaikan penelitian ini, yang terkasih Muhammad Akbar.
10. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, tetapi penulis tidak dapat menyebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa tulisan ilmiah ini memiliki banyak kekurangan, jadi kritik dan saran untuk memperbaikinya dapat bermanfaat bagi pihak yang terlibat. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas semua orang yang telah membantu.

Jakarta, 6 Februari 2025

Fitto Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	29
2.2.1 Public Relations	29
2.2.2 Personal Branding.....	30
2.2.3 Media Baru	33
2.2.4 YouTube	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43

3.3 Subjek Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan data	50
3.4.1 Data Primer	51
3.4.2 Data sekunder	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	54
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum	57
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.3 Hasil Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Akademis	96
5.2.2 Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat penggunaan Media Sosial Tahun 2021	2
Gambar 1.2 Info Grafis Media Sosial dengan Pengguna Aktif Terbanyak di Dunia	3
Gambar 1.3 YouTube @RTQ TV	5
Gambar 4. 1Profile KH Fakhruddin Al-Bantani, M.Pd	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae.....	100
Lampiran 2 Hasil Wawancara	101
Lampiran 3 Foto Selesai Wawancara dengan Ustaz Fakhruddin Al-Bantani	118

