

202110040311406
Yusuf Kemal Sabili
Prodi Ilmu Komunikasi

STRATEGI PERSONAL BRANDING DEDI MULYADI SEBAGAI TOKOH PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL

**(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Pada
Periode Juli 2024 – Februari 2025)**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi



Disusun oleh :
Yusuf Kemal Sabili

NIM : 202110040311406

Dosen Pembimbing:
Widiya Yutanti, M.A(Hons)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PERSONAL BRANDING DEDI MULYADI SEBAGAI TOKOH
PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL (analisis isi pada konten youtube kang dedi
mulyadi channel pada periode juli 2024 – februari 2025)

Diajukan Oleh :

YUSUF KEMAL SABILI
202110040311406

Telah disetujui
Rabu / 24 Juni 2026

Pembimbing I



Widiva Yutanti, M.A(Hons)

Wakil Dekan I



Dr. Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

YUSUF KEMAL SABILI
202110040311406

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 24 Juni 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Jamroji, S.Sos., M.Comms
2. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom
3. Widiya Yutanti, M.A(Hons)

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. G. G. Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG


100
YEARS
OF
INDEPENDENCE
1945-2025


UMMPASTI
MANGROVE

Nomor: E.6.e/

SURAT KETERANGAN
/FISIP-UMM/VI/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

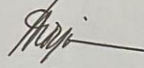
Nama	: Yusuf Kemal Sabili
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311406
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial

(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel pada Periode Juli 2024 – Februari 2025)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang ,7 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A(Hons).


UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

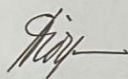


UMMPASTI
BERKUALITAS
MAMPU

Lembar Persetujuan Skripsi

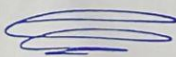
Nama : Yusuf Kemal Sabili
NIM : 202110040311406
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : **Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial**
(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel pada Periode Juli 2024 – Februari 2025)

Disetujui,
Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A(Hons).

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styowibowo, S, Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



1st
ANNIVERSARY
2021



UMMPASTI
MANGROVE

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Yusuf Kemal Sabili
NIM	: 20211004311406
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul
Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial (
(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Pada Periode Juli 2024 –
Februari 2025)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

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

Malang, 7 Juni 2026

Yang Menyatakan,



METERAI TEMPEL
EP852ANX417199833
Yusuf Kemal Sabili



AMBA
A
AN-QA
7
STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 **PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29**

TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG




**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

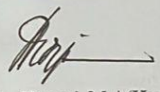
SKRIPSI/ESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:
Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial
(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Pada Periode Juli 2024 – Februari 2025)

Nama : Yusuf Kemal Sabili
NIM : 202110040311406

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 7 Juni 2026

Pembimbing I/Promotor

Widiya Yutanti, M.A(Hons)
NIP. 10303090396

(*) Coret yang tidak perlu




Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 **PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Yusuf Kemal Sabili
NIM : 20210040311406

Hasil Plagiasi : $\frac{3}{6}$

BAB I	11			
BAB II	4			
BAB III	7			

BAB IV	2			
BAB V	16			
BAB VI				

Malang, 3 Juni 2020
Admin Plagiasi Prodi,

 **PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



UMMPASTI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Yusuf Kemal Sabili

2. NIM : 202110040311406

3. Program Studi : Ilmu Komunikasi

4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

5. Judul Skripsi : Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi Sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial (Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Periode Juli 2024 Februari 2025)

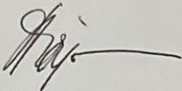
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
05/10/2024	ACC Judul Penelitian	
13/10/2024	Bimbingan BAB I-III	
20/11/2024	Bimbingan BAB I-III	
22/12/2024	Bimbingan BAB I-III	
03/01/2025	ACC Seminar Proposal	
06/01/2025	Seminar Proposal	
10/06/2025	Revisi BAB I-III	
20/06/2025	Revisi BAB I-III	
05/08/2025	ACC Penelitian	
13/04/2026	Bimbingan BAB IV-VI	
19/04/2026	Bimbingan BAB IV-VI	
05/05/2026	Bimbingan BAB IV-VI	
23/05/2026	Pengajuan Seminar Hasil	
02/06/2026	Seminar Hasil Online	
05/06/2026	Revisi dari Dosen Penguji	

Malang, 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

8.

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunung)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunung)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunung)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Telah dilakukan Seminar Hasil penelitian pada Selasa, 02 Juni 2026 pukul 16.00 WIB oleh:

Nama Peneliti	Yusuf Kemal Sabili
NIM	202110040311406
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi Sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial (Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Periode Juli 2024- Februari 2025)
Dosen Pembimbing	Widiya Yutanti, M.A. (Hons)
Dosen Penguji	Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Malang, 5 Juni 2026

Dosen Penguji 1

Dosen Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styowibowo. S. Sos, M.si

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



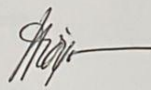

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Muhammad Miqdad	202110040311417	Ilmu Komunikasi
2.	Luth Nigel willary Akmal	202110040311386	Ilmu Komunikasi
3.	Ilham Body Triananda	202110040311402	Ilmu Komunikasi
4.	Cholid Emir Hamka	202110040311439	Ilmu Komunikasi
5.	Fatimah Az-Zahra	202110040311434	Ilmu Komunikasi
6.	Raja Afura Kusuma	202110040311410	Ilmu Komunikasi
7.	Muhammad Aldebaran Prabhaswara	202110040311437	Ilmu Komunikasi
8.	Muhammad Raihan Risky Nurhadi	202110040311425	Ilmu Komunikasi
9.	Thoriq Kamal	202110040311245	Ilmu Komunikasi
10.	Rangga Buana Saputra	202310210311075	agribisnis
11.	Fikri	202110040311537	Ilmu Komunikasi
12.	Gayatri Rizky Almazida	202110040311423	Ilmu Komunikasi
13.	Muhammad Fawwaz Abyan S	202210040311399	Ilmu Komunikasi
14.	Muhammad Affan Giffari	202210040311109	Ilmu Komunikasi
15.	Haikal Hafiz Asiqin	202210040311392	Ilmu Komunikasi

Malang, 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)



STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Yusuf Kemal Sabili - NIM : 202110040311406- Ilmu Komunikasi

NAMA : Yusuf Kemal Sabili
NIM : 202110040311406

Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi Sebagai Tokoh Publik Melalui Media Sosial
(Analisis Isi Pada Konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel Periode Juli 2024- Februari 2025)

ABSTRAK

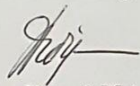
Perkembangan media sosial di era digital menjadikan platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra dan identitas tokoh publik. YouTube menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan tokoh publik untuk membangun kedekatan dengan masyarakat melalui konten audio visual yang bersifat personal dan interaktif. Salah satu tokoh publik yang aktif menggunakan YouTube sebagai media personal branding adalah Dedi Mulyadi melalui kanal Kang Dedi Mulyadi Channel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi personal branding Dedi Mulyadi sebagai tokoh publik melalui konten YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel pada periode Juli 2024 hingga Februari 2025.

Penelitian ini menggunakan metode Analisis isi dengan pendekatan Kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori personal branding menurut Peter Montoya yang meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumentasi terhadap konten video YouTube Kang Dedi Mulyadi Channel periode Juli 2024 hingga Februari 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi personal branding Dedi Mulyadi dibangun melalui tiga karakter utama, yaitu kepedulian sosial, kedekatan dengan budaya lokal Sunda, dan kepemimpinan yang diwujudkan melalui tindakan nyata di lapangan. Konsistensi konten yang menampilkan interaksi langsung dengan masyarakat membentuk citra sebagai pemimpin yang humanis, merakyat, dan autentik. Selain itu, penggunaan pendekatan dokumentasi lapangan yang natural dan minim rekayasa turut memperkuat kepercayaan publik terhadap personal branding yang dibangun melalui media digital.

Kata Kunci : Personal Branding, Tokoh Publik, Media Sosial

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Malang, 5 Juni 2026

Penulis



Yusuf Kemal Sabili

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PERSONAL BRANDING DEDI MULYADI SEBAGAI TOKOH PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL (analisis isi pada konten youtube kang dedi mulyadi channel pada periode juli 2024 – februari 2025)”

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Berbagai tantangan, hambatan, dan kesulitan yang penulis hadapi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat dilalui berkat perhatian, semangat, serta dukungan yang diberikan oleh banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, kerendahan hati, dan rasa syukur, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan kekuatan dalam setiap langkah perjuangan saya.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mappa Saby dan Ibu Lina yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
3. Ibu Widiya Yutanti, M.A(Hons). selaku dosen pembimbing yang

telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom dan bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi Politik Digital.....	8
2.1.1 Tokoh Publik.....	9
2.1.2 Media Sosial Sebagai Ruang Komunikasi Politik Digital	10
2.2 Personal Branding dalam Kajian Komunikasi	11
2.2.1 Personal Branding, Identitas, dan Reputasi.....	12
2.2.2 Teori Peter Montoya	13
2.3 Media Sosial YouTube.....	15
2.3.1 Karakteristik Youtube	16
2.3.2 Youtube dalam Pembentukan Citra Publik.....	17
2.4. Perbandingan Konsep dalam Personal Branding.....	18
2.4.1 Presentasi Diri	19
2.4.2 Citra Diri	20
2.4.3 Political Branding	21
2.5 Teori Peter Montoya sebagai Landasan Penelitian	21

2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Berpikir	24
2.8 Basis Teori.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian	25
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	25
3.3 Ruang Lingkup dan Objek Penelitian.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Unit Analisis.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.7 Teknik Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Akun YouTube @KANG DEDI MULYADI CHANNEL.....	34
4.1.2 Profil Singkat Dedi Mulyadi sebagai Tokoh Publik	35
4.1.3 Deskripsi Konten yang Dianalisis	36
4.2 Hasil Penelitian berdasarkan Konten Video	37
4.2.1 Video Juli 2024: “Dede Akan Tetap Jadi Kuli Bangunan Meski Terkenal Bongkar Kesaksian Palsu”	37
4.2.2 Video Agustus 2024 : Kang Dedi Mulyadi Channel Sedang Live Sekarang! ..	39
4.2.3 Video September 2024: “KDM Temui Kang Dede Yusuf Ini Sarannya untuk Jabar Istimewa”	40
4.2.4 Video Oktober 2024: “Mak Uyun Terbaring Sakit Tapi Nolak Saat Mau Dirawat 	43
4.2.5 Video November 2024: “Berkunjung ke Tasik Sikap KDM Bikin Kaget Para Kiai”	44
4.2.6 Video Desember 2024: “Haji Mumu Kembali Diutus KDM Demi Meringankan Beban Pengungsi Korban Banjir dan Longsor di Sukabumi”	46
4.2.7 Video Januari 2025: “Suasana Sambut Tahun Baru 2025 Nyi Hyang Nari Bikin KDM Terharu”	47
4.2.8 Video Februari 2025: “Diiringi Tradisi Leluhur Warga Sambut dengan Sukacita Kedatangan KDM”	48
4.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Teori Peter Montoya.....	49
4.3.1 Spesialisasi	50
4.3.2 Kepemimpinan	51
4.3.3 Kepribadian.....	52
4.3.4 Perbedaan	52
4.3.5 Visibilitas	53
4.3.6 Kesatuan.....	54
4.3.7 Keteguhan	55

4.3.8 Nama Baik	56
4.4 Matriks Coding	57
4.5 PEMBAHASAN	57
4.5.1 Kepedulian Sosial sebagai Spesialisasi Personal Branding	57
4.5.2 Budaya Lokal sebagai Pembeda Citra Personal.....	58
4.5.3 Kepemimpinan Lapangan dalam Konstruksi Citra Tokoh Publik	58
4.5.4 YouTube sebagai Media Personal Branding Naratif.....	59
4.5.5 Konsistensi Personal Branding dalam Periode Juli 2024–Februari 2025	59
4.6 Sintesis Penelitian.....	59
4.7 Validasi Data	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademis	63
5.2.2 Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Alasan Pemilihan Periode Juli 2024–Februari 2025	27
Tabel 3. 2 List Analisis Konten Video	27
Tabel 3. 3 Format Dokumentasi Data Video	29
Tabel 3. 4 Unit Analisis Penelitian	30
Tabel 3. 5 Format Coding Data Penelitian	32
Tabel 4. 1 Profil Kanal YouTube Kang Dedi Mulyadi	35
Tabel 4. 2 Daftar Video YouTube yang dianalisis	37
Tabel 4. 3 Temuan Indikator Spesialisasi	51
Tabel 4. 4 Temuan Indikator Kepemimpinan	51
Tabel 4. 5 Temuan Indikator Kepribadian	52
Tabel 4. 6 Temuan Indikator Perbedaan	53
Tabel 4. 7 Data Visibilitas Konten	54
Tabel 4. 8 Temuan Indikator Kesatuan	55
Tabel 4. 9 Pola Keteguhan Personal Branding dalam delapan video	56
Tabel 4. 10 Data Komentar Audiens sebagai pendukung indikator Nama Baik ...	56
Tabel 4. 11 Matriks Coding berdasarkan teori Peter Montoya	57
Tabel 4. 12 Sintesis Strategi Personal Branding Dedi Mulyadi Berdasarkan Peter Montoya	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 Video Juli 2024: “Dede Akan Tetap Jadi Kuli Bangunan Meski Terkenal Bongkar Kesaksian Palsu”	38
Gambar 4. 2 Video Agustus 2024 : Kang Dedi Mulyadi Channel Sedang Live Sekarang!.....	39
Gambar 4. 3 Video September 2024: “KDM Temui Kang Dede Yusuf Ini Sarannya untuk Jabar Istimewa”	41
Gambar 4. 4 Komentar @sitichoerijah9848	42
Gambar 4. 5 Video Oktober 2024: “Mak Uyun Terbaring Sakit Tapi Nolak Saat Mau Dirawat 	43
Gambar 4. 6 Komentar @purwanto3858	44
Gambar 4. 7 Video November 2024: “Berkunjung ke Tasik Sikap KDM Bikin Kaget Para Kiai”	45
Gambar 4. 8 Komentar @MfahmiMfahmi-ii7ki.....	46
Gambar 4. 9 Video Desember 2024: “Haji Mumu Kembali Diutus KDM Demi Meringankan Beban Pengungsi Korban Banjir dan Longsor di Sukabumi”	46
Gambar 4. 10 Komentar @debibinhujang5329	47
Gambar 4. 11 Video Januari 2025: “Suasana Sambut Tahun Baru 2025 Nyi Hyang Nari Bikin KDM Terharu”	48
Gambar 4. 12 Komentar @Astin-p7k dan @mamanmam-s6b	48
Gambar 4. 13 Video Februari 2025: “Diiringi Tradisi Leluhur Warga Sambut dengan Sukacita Kedatangan KDM”	49

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Provinsi Jawa Barat. (2025, February 21). *Sah! Gubernur dan Wakil Gubernur Jabar resmi dilantik Presiden RI*. <https://bappeda.jabarprov.go.id/sah-gubernur-dan-wakil-gubernur-jabar-resmi-dilantik-presiden-ri/>
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press. https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=YouTube-online-video-and-participatory-culture-2nd-edition--9780745660189
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. RajaGrafindo Persada. <https://rajagrafindo.co.id/produk/perencanaan-dan-strategi-komunikasi/>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8376/ilmu-teori-dan-filsafat-komunikasi.html>
- Haroen, D. (2014). *Personal branding: Kunci kesuksesan berkiprah di dunia politik*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=iKBLDwAAQBAJ>
- Kang Dedi Mulyadi Channel. (n.d.). *Kang Dedi Mulyadi Channel* [YouTube channel]. YouTube. Retrieved June 27, 2026, from <https://www.YouTube.com/@KANGDEDIMULYADICHANNEL>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management*, 6(2), 29–40. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/personal-branding-phenomenon/docview/1511120777/se-2>
- Khedher, M. (2015). A brand for everyone: Guidelines for personal brand managing. *Journal of Global Business Issues*, 9(1), 19–27. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/brand-everyone-guidelines-personal-managing/docview/1711197915/se-2>
- Komisi Pemilihan Umum. (2023, July 2). *DPT Pemilu 2024 dalam negeri dan luar negeri, 204,8 juta pemilih*. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>

- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage Publications. <https://books.google.com/books?id=q657o3M3C8cC>
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203828694>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications. <https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAAQBAJ>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. McGraw-Hill. https://books.google.com/books?id=Keuf3qByh_IC
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media. https://library.walisongo.ac.id/slims/index.php?id=22795&keywords=&p=show_detail
- Scammell, M. (2015a). *Consumer democracy: The marketing of politics*. Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/core/books/consumer-democracy/451728C3905E4401B52BEB2FB1C61FF9>
- Scammell, M. (2015b). Politics and image: The conceptual value of branding. *Journal of Political Marketing*, 14(1–2), 7–18. <https://doi.org/10.1080/15377857.2014.990829>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. <https://academic.oup.com/book/9914>