

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* GUBERNUR JAWA BARAT
DEDI MULYADI DALAM KANAL YOUTUBE
@KANGDEDIMULYADICHANNEL**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



**MARSHANDA HEAVENLY ADRINA
1211003052**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Marshanda Heavenly Adrina

NIM : 1211003052

Tanda Tangan :



Tanggal : 6 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Marshanda Heavenly Adrina
NIM : 1211003052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis *Personal Branding* Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi Dalam Kanal YouTube @Kangdedimulyadichannel

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A., ()

Penguji 1 : Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D ()

Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie dengan judul **“ANALISIS *PERSONAL BRANDING* GUBERNUR JAWA BARAT DEDI MULYADI DALAM KANAL YOUTUBE @KANGDEDIMULYADICHANNEL”** ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa, penyusunan Tugas Akhir ini mustahil terselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa. Dengan segala pertolongan-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Segala puji bagi-Mu Tuhan Semesta Alam.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M., Ph.D., Ibu Yanti, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan dukungan dan kesempatan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar dalam meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian kepada penulis untuk senantiasa memberikan arahan, motivasi, serta masukan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena selalu bersedia membimbing penulis dengan sabar selama proses pengerjaan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Papa dan Mama yang saya sayangi. Terima kasih kepada Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Terima kasih kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, yang telah berjasa dalam memberikan ilmu dan wawasan serta mengajarkan penulis banyak hal selama menjalani perkuliahan.

6. Kepada sahabat terdekat penulis, Adela Wahyuningtyas, Admonita Cinta, Andini Cintya, Shintia Rose, Refar, Peo, Alm. Bernard, Intan, Nadia, Jihan dan Kartar. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, hiburan, mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu bersedia bertukar cerita dan pikiran ketika penulis sedang merasa lelah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman – teman Komunal 21. Terima kasih telah berjuang bersama dari tahun pertama kuliah *online* hingga saat ini menjadi mahasiswa akhir, terima kasih selalu memberikan warna dalam kehidupan penulis selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
8. BLACKPINK, ROSÉ. Terima kasih karena telah menghasilkan karya musik dan lagu untuk menemani penulis menuntaskan Tugas Akhir ini dengan semangat.
9. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun seringkali sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis sendiri, Marshanda Heavenly Adrina. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkat di mana pun kamu menjejakkan kaki. Terimakasih sudah tetap berada di jalan Tuhan di tengah kepayahan yang menekan untuk menyerah.

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril dan materil. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, universitas, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 12 Agustus 2026



Marshanda Heavenly Adrina

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Marshanda Heavenly Adrina

NIM : 1211003052

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis *Personal Branding* Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi Dalam Kanal YouTube @Kangdedimulyadichannel”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 September 2026

Yang menyatakan



(Marshanda Heavenly Adrina)

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* GUBERNUR JAWA BARAT DEDI
MULYADI DALAM KANAL YOUTUBE
@KANGDEDIMULYADICHANNEL**

MARSHANDA HEAVENLY ADRINA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masifnya pemanfaatan platform digital seperti YouTube oleh para aktor politik untuk membangun citra diri dan memperkuat hubungan dengan masyarakat di era komunikasi modern. Permasalahan utama yang dikaji adalah bagaimana konstruksi identitas politik dan pencitraan diri dikelola melalui konten audiovisual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis delapan dimensi utama *personal branding* Peter Montoya serta mengkaji fungsi kanal YouTube @Kangdedimulyadichannel sebagai ruang konstruksi realitas politik Dedi Mulyadi sebagai Gubernur Jawa Barat. Landasan teoritis yang digunakan mencakup konsep *personal branding* Peter Montoya, komunikasi politik, serta karakteristik media sosial YouTube. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi virtual dan dokumentasi terhadap tiga video tematik mencakup isu lingkungan, pendidikan, dan kemanusiaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* Dedi Mulyadi sangat didominasi oleh dimensi kepemimpinan populis-humanis dan keunikan budaya Sunda yang direpresentasikan secara berulang. YouTube berfungsi sebagai power platform yang memberikan kontrol naratif mutlak, meskipun analisis kritis mengungkap bahwa penyelesaian masalah yang ditampilkan cenderung bersifat karitatif, ad hoc, dan berpotensi mengaburkan reformasi struktural jangka panjang.

Kata Kunci: *Personal branding*; Dedi Mulyadi; YouTube; Komunikasi politik; Kepemimpinan populis

**ANALISIS *PERSONAL BRANDING* GUBERNUR JAWA BARAT DEDI
MULYADI DALAM KANAL YOUTUBE
@KANGDEDIMULYADICHANNEL**

MARSHANDA HEAVENLY ADRINA

ABSTRACT

This research is motivated by the widespread use of digital platforms such as YouTube by political actors to construct their public image and strengthen relationships with the public in the modern communication era. The main issue examined in this study is how political identity and self-image are constructed and managed through audiovisual content. This study aims to analyze the eight dimensions of Peter Montoya's personal branding framework and examine the function of the YouTube channel @Kangdedimulyadichannel as a space for constructing the political reality of Dedi Mulyadi as the Governor of West Java. The theoretical framework incorporates Peter Montoya's concept of personal branding, political communication, and the characteristics of YouTube as a social media platform. This study employs a descriptive qualitative approach, using virtual observation and documentation of three thematic videos addressing environmental, educational, and humanitarian issues. The findings indicate that Dedi Mulyadi's personal branding is predominantly characterized by populist-humanist leadership and the distinctive representation of Sundanese culture, which are consistently reproduced throughout the content. YouTube functions as a power platform that provides substantial control over the narrative presented to the public. However, a critical analysis reveals that the problem-solving approaches portrayed tend to be charitable and ad hoc, potentially obscuring the need for long-term structural reforms.

Keywords: Personal branding; Dedi Mulyadi; YouTube; Political communication; Populist leadership

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep yang Relevan	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 <i>Personal Branding</i>	15
2.1.3 Media Sosial (YouTube)	20
2.1.4 Komunikasi Politik & Kepemimpinan.....	24
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaharuan	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian	35
3.2 Objek Penelitian.....	36
3.3 Pengumpulan Data	36
3.3.1 Sumber Data.....	36

3.3.2	Observasi.....	41
3.3.3	Dokumentasi	41
3.3.4	Unit Analisis Data	43
3.4	Analisis Data	48
3.5	Triangulasi Sumber	50
3.6	Operasionalisasi Konsep	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	53
4.2	Penyajian Data	55
4.2.1	Spesialisasi	55
4.2.2	Kepemimpinan	59
4.2.3	Kepribadian	62
4.2.4	Keunikan	65
4.2.5	Keterlihatan	68
4.2.6	Kesatuan	72
4.2.7	Keteguhan	75
4.2.8	Reputasi.....	77
4.3	Pembahasan.....	80
4.3.1	Kepemimpinan dan Keunikan sebagai Fondasi <i>Personal Branding</i> Dedi Mulyadi di YouTube @Kangedimulyadichannel	80
4.3.2	Kanal YouTube sebagai <i>Power Platform</i> dan Ruang Konstruksi <i>Personal Branding</i> Dedi Mulyadi	86
BAB V KESIMPULAN & SARAN		92
5.1	Simpulan	92
5.1.1	Kekurangan dan Keterbatasan Sosok Dedi Mulyadi	93
5.1.2	YouTube sebagai <i>Power Platform</i>	95
5.2	Kendala dan Batasan	98
5.3	Saran dan Implikasi.....	99
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya	99
5.3.2	Rekomendasi untuk Institusi/Industri Pemasaran	101
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3.1 Unit Analisis Data.....	43
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep/isu	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Channel YouTube Dedi Mulyadi Sumber: YouTube.....	8
Gambar 1.2	Grafik Pertumbuhan Views & Subscribers Channel YouTube Dedi Mulyadi.....	11
Gambar 2.1	Model Kerangka	34
Gambar 3.1	Konten Video Pelestarian Lingkungan pada Kanal YouTube KANG DEDI MULYADI CHANNEL	37
Gambar 3.2	Konten Video Pendidikan pada Kanal YouTube KANG DEDI MULYADI CHANNEL	38
Gambar 3.3	Konten Video Kemanusiaan pada Kanal YouTube KANG DEDI MULYADI CHANNEL.....	39
Gambar 3.4	Triangulasi.....	50
Gambar 4.1	Objek Penelitian	55
Gambar 4.2	Scene Dedi Mulyadi Menegur Kepala Daerah & PT. Jaswita	66
Gambar 4.3	Scene Dedi Mulyadi Memberikan Motivasi Kepada Siswa Binaan.....	67
Gambar 4.4	Scene Dedi Mulyadi Tengah Mendengarkan Keluhan Masyarakat	68
Gambar 4.5	Frekuensi Unggahan Konten @Kangdedimulyadichannel	69
Gambar 4.6	Komentar Masyarakat Pada Konten 1 YouTube Dedi Mulyadi	70
Gambar 4.7	Komentar Masyarakat Pada Konten 2 YouTube Dedi Mulyadi	71
Gambar 4.8	Komentar Masyarakat Pada Konten 2 YouTube Dedi Mulyadi	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Triangulator.....	107
Lampiran 2. Hasil Dokumentasi	113