

**ANALISIS STRATEGI *PERSONAL BRANDING* KREATOR
LOKAL PONOROGO (STUDI KASUS KANAL YOUTUBE
JEJAK RICHARD)**

SKRIPSI



Oleh :

Wicahyo Romdoni Saputro

NIM.21240934

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

**ANALISIS STRATEGI *PERSONAL BRANDING* KREATOR
LOKAL PONOROGO (STUDI KASUS KANAL YOUTUBE
JEJAK RICHARD)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat untuk
Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di
Program Studi Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Wicahyo Romdoni Saputro

NIM.21240934

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Wicahyo Romdoni Saputro/ 21240934 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 09 Februari 2026

Dosen Pembimbing I



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Dosen Pembimbing II



Dr. Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Wicahyo Romdoni Saputro/21240934 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

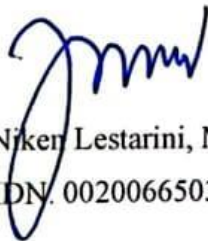
Pada hari : Rabu

Tanggal : 28 Januari 2026

Pukul : 15.15 – 16.30 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Dra. Niker Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Penguji II



Dr. Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

Penguji III



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A

NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Wicahyo Romdoni Saputro

Alamat : Dukuh Kalangan, RT03/RW01, Desa Carangrejo,
Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo.

No. Identitas (NIM) : 21240934

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Analisis Strategi *Personal branding* Kreator Lokal Ponorogo (Studi Kasus Kanal Youtube Jejak Richard)” adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 09 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Wicahyo Romdoni Saputro)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Personal branding* Kreator Lokal Ponorogo (Studi Kasus Kanal Youtube Jejak Richard)” Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Almarhum Rudiono selaku kreator kanal Jejak Richard yang telah bersedia menjadi informan utama dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta kasih sayang yang tiada henti.

7. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021/2022, yang selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 09 Februari 2026



Wicahyo Rondoni Saputro

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI *PERSONAL BRANDING* KREATOR LOKAL PONOROGO (STUDI KASUS KANAL YOUTUBE JEJAK RICHARD)

WICAHYO ROMDONI SAPUTRO

21240934

Perkembangan media digital telah mengubah cara individu membangun citra diri di ruang publik, termasuk melalui platform YouTube yang memungkinkan seseorang mengekspresikan nilai dan kepribadian secara luas. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena kreator lokal yang kurang mampu membentuk identitas personal melalui konten budaya dan sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi *personal branding* yang diterapkan oleh kreator dalam membangun citra autentik dan kredibel di ruang digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori *Personal branding* Montoya dan Vandehey yang mencakup delapan elemen utama: *Specialization, leadership, personality, differentiation, visibility, unity, persistence, dan goodwill*. Data diperoleh melalui observasi konten video, wawancara dengan kreator serta *audiens* aktif, dan dokumentasi aktivitas kanal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Jejak Richard* berhasil membangun *personal branding* yang kuat melalui konsistensi nilai kemanusiaan, empati sosial, dan narasi reflektif yang menggambarkan keaslian karakter kreator. Pengelolaan visual yang sinematik dan gaya komunikasi yang sederhana memperkuat kredibilitas serta keterikatan emosional dengan *audiens*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan *personal branding* di YouTube ditentukan oleh keseimbangan antara keaslian nilai, konsistensi pesan, dan kemampuan membangun hubungan emosional dengan publik.

Kata Kunci: YouTube, Strategi, Komunikasi, Identitas, Digital.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PERSONAL BRANDING STRATEGIS OF A LOCAL CREATOR IN PONOROGO (A CASE STUDY OF THE YOUTUBE CHANNEL JEJAK RICHARD)

WICAHYO ROMDONI SAPUTRO

21240934

The development of digital media has transformed the way individuals build their public self-image, including through the YouTube platform, which allows people to express values and personality on a broad scale. This study is motivated by the phenomenon of local content creators who are less capable of forming personal identity through cultural and social content in digital media. The purpose of this study is to analyze the personal branding strategies applied by creators in building an authentic and credible image in the digital space. This research employs a descriptive qualitative method based on Montoya and Vandehey's Personal branding theory, which includes eight main elements: Specialization, leadership, personality, differentiation, visibility, unity, persistence, and goodwill. Data were obtained through video content observation, interviews with the creator and active audiences, and documentation of channel activities. The results show that Jejak Richard has successfully built strong personal branding through consistent humanitarian values, social empathy, and reflective narratives that represent the authenticity of the creator's character. Cinematic visual management and a simple communication style strengthen credibility and emotional engagement with the audience. This study concludes that the success of personal branding on YouTube is determined by a balance between value authenticity, message consistency, and the ability to build emotional relationships with the public.

Keywords: YouTube, Strategy, Communication, Identity, Digital.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. <i>Personal branding</i>	8
B. Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Diri	9
C. YouTube sebagai Platform Branding Digital.....	10
D. Strategi <i>Personal branding</i> di YouTube	12
E. Teori <i>Personal branding</i> Montoya dan Vandehey (2002).....	12
F. Penelitian Terdahulu	17
G. Kerangka Berpikir.....	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Tempat dan Waktu Penelitian	22
B. Jenis Penelitian.....	23
C. Subjek dan Objek Penelitian	24
D. Data dan Sumber Data	24
E. Teknik Sampling	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Validitas Data.....	30
H. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
B. Analisis Strategi <i>Personal branding</i> Kreator Lokal Ponorogo	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	165
A. Kesimpulan	165
B. Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN.....	172

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Data Informan Pendukung	29
Tabel 4. 1 Data Video Objek Penelitian.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	21
Gambar 4. 1 Profil Kanal Youtube Jejak Richard.....	35
Gambar 4. 2 Konten Eksplorasi Desa Terpencil di Wilayah Pegunungan	46
Gambar 4. 3 Komentar <i>Audiens</i> Mengenai Ketertarikan pada Plosok Desa.....	47
Gambar 4. 4 Komentar <i>Audiens</i> Mengenai Ketertarikan pada Desa Terpencil	47
Gambar 4. 5 Eksplorasi Kehidupan Pedesaan.....	49
Gambar 4. 6 Konsistensi Tema Daerah Terpencil	51
Gambar 4. 7 Komentar Ciri Khas Opening Jejak Richard.....	53
Gambar 4. 8 Komentar Ciri Khas Interaksi Dengan Warga	53
Gambar 4. 9 Komentar <i>Audiens</i> Kanal Sebagai Sumber Informasi.....	58
Gambar 4. 10 Keterlibatan Kreator sebagai Figur Utama.....	61
Gambar 4. 11 Jalur Ekstrem Gunung Wilis	66
Gambar 4. 12 Interaksi dengan Warga Desa Gunung Lawu, Ngawi.....	69
Gambar 4. 13 Komentar Sifat Dermawan Kreator.....	69
Gambar 4. 14 Komentar Sifat Ramah Kreator dengan Warga.....	70
Gambar 4. 15 Komentar <i>Audiens</i> Terinspirasi dengan Richard.....	72
Gambar 4. 16 Interaksi Kreator dengan Warga Puduk	75
Gambar 4. 17 Interaksi dengan Warga Masyarakat Karanganyar	77
Gambar 4. 18 Ikut Kegiatan Masyarakat Persiapan Ruwahan.....	81
Gambar 4. 19 Komentar <i>Audiens</i> Tentang Keramahan Kreator	81
Gambar 4. 20 Ekspresi Sederhana Kreator	83
Gambar 4. 21 Ekspresi Natural Kreator	83
Gambar 4. 22 Bentuk Empati ke Warga Desa	87
Gambar 4. 23 Medan Perjalanan Ekstrem Jalan Tembus Ponorogo-Pacitan.....	93
Gambar 4. 24 Kemakmuran Masyarakat Desa Banjarejo	95
Gambar 4. 25 Pernyataan Konten Natural dari <i>Audiens</i>	96
Gambar 4. 26 Komentar Bukti Faktual Konten	96
Gambar 4. 27 Kehidupan Sosial Warga Desa	98

Gambar 4. 28 <i>Audiens</i> Menunjukkan Fokus Konten Wilayah Terpencil	100
Gambar 4. 29 <i>Audiens</i> Menyatakan Konten Sebagai Sumber Informatif.....	103
Gambar 4. 30 <i>Audiens</i> Menyatakan Konten Sebagai Bahan Edukasi.....	103
Gambar 4. 31 Judul Jelas dan Deskriptif	111
Gambar 4. 32 Konsistensi Kreator sebagai Figur Utama.....	113
Gambar 4. 33 Interaksi dengan Warga Masyarakat Ngebel Ponorogo	123
Gambar 4. 34 Konsistensi Tema Video Lama dan Video Baru	140
Gambar 4. 35 Pernyataan <i>Audiens</i> Menunjukkan Konsistensi Konten.....	142
Gambar 4. 36 Interaksi Langsung dengan Masyarakat.....	161
Gambar 4. 37 Komentar <i>Audiens</i> Menunjukkan Nilai Tulus Kreator	164



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 2 Panduan Wawancara Informan Utama dan Informan Pendukung

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Utama dan Pendukung

Lampiran 4 Bukti Informan Pendukung sebagai Subscriber Channel Aktif

Lampiran 5 Bukti Rekaman Wawancara Informan Utama dan Informan Pendukung

Lampiran 6 Lembar Cek Plagiasi

