

SKRIPSI

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* FADIL JAIDI TERHADAP
RESPON *FOLLOWERS* PADA AKUN INSTAGRAM @FADILJAIDI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



DEVI AFIFAH

1910414120017

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2026



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSONAL BRANDING FADIL JAIDI TERHADAP RESPON
FOLLOWERS PADA AKUN INSTAGRAM @FADILJAIDI**

- A. Nama Mahasiswa : Devi Afifah
NIM : 1910414120017
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 77,21/A dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 11 Juni 2026.
- C. Tim Penguji
- a. Ketua
Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
NIP. 198907302019032018
 - b. Sekretaris
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041001
 - c. Anggota
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A
NIP. 199202182019032020

()
()
()

Banjarmasin, 20 Juli 2026
Ketua Tim Penguji


Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
NIP. 198907302019032018

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat


Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan:

Bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul “Pengaruh Personal Branding Fadil Jaidi Terhadap Respon Followers Pada Akun Instagram @fadiljaidi” adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti bukan hasil plagiasi. Adapun bagian dalam penelitian ini yang merupakan acuan karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain telah dicantumkan secara tertulis dengan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 02 September 2026

Yang membuat pernyataan,



Devi Afifah

NIM. 1910414120017



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis Sebelas Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1736/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 5 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Devi Afifah
NIM : 1910414120017
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Fadil Jaidi Terhadap Respon Followers Pada Akun Instagram @fadiljaidi

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.30 s/d selesai
Nilai : 77,27 (A-)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

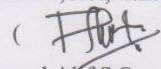
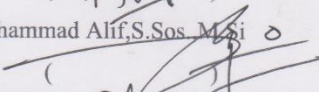
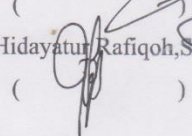
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 11 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Devi Afifah

1. Ketua : Astinana Yulianti, S.S., M.Ikom
()
2. Sekretaris : Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
()
3. Anggota : Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Devi Afifah
NIM : 1910414120017
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Fadil Jaidi Terhadap Respon Followers Pada Akun Instagram @fadiljaidi

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Astinana Yuliarti,S.S.,M.Ikom	79,5	
2.	Dr. Muhammad Alif,S.Sos.,M.Si	78,5	
3.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	72	
Jumlah		230	
Nilai Rata-rata		76,67	Nilai Akhir = 77,27 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 11 Juni 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1736/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Astinana Yuliarti, S.S, M.I.Kom
2. Dr. Muhammad Alif, S.Sos, M.Si
3. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Devi Afifah
NIM : 1910414120017
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Fadil Jaidi Terhadap
Respon Followers Pada Akun Instagram @fadiljaidi

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 11 Juni 2026
J a m : 09.30 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 5 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



ABSTRAK

Devi Afifah, 1910414120017, (2026) Pengaruh *Personal Branding* Fadil Jaidi Terhadap Respon *Followers* Pada Akun Instagram @fadiljaidi. Dibawah bimbingan Astinana Yuliarti.

Perkembangan teknologi informasi mendorong perubahan media menuju era *new media*, khususnya penggunaan Instagram sebagai sarana *personal branding* influencer. Fadil Jaidi melalui media sosial dikenal memiliki citra diri yang unik dan interaktif sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal branding* terhadap respon *followers* pada akun Instagram @fadiljaidi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe eksplanatif. Populasi pada penelitian ini yaitu *followers* akun Instagram @fadiljaidi sebanyak 13,9 Juta. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Variabel *personal branding* diukur menggunakan konsep delapan hukum pembentukan citra diri Peter Montoya, sedangkan respon *followers* diukur melalui aspek kognitif, afektif, dan perilaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap respon *followers* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5,366 > T \text{ tabel } 1,965$. Nilai R Square sejumlah 0,227 menunjukkan bahwa *personal branding* Fadil Jaidi memberikan kontribusi sebesar 22,7% terhadap respon *followers*, sedangkan sisanya 77,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan begitu, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. *Personal branding* Fadil Jaidi yang unik dan interaktif mampu meningkatkan perhatian, ketertarikan, serta interaksi *followers* terhadap konten yang dibagikan melalui media sosial Instagram.

Kata kunci: Fadil Jaidi, Instagram, Media Sosial, *Personal Branding*, Respon *Followers*.

ABSTRACT

Devi Afifah, 1910414120017, (2026) The Influence of Fadil Jaidi's Personal Branding on Followers Responses to the Instagram Account @fadiljaidi. Under the guidance of Astinana Yulianti.

The development of information technology has encouraged the transformation of media into the new media era, particularly through the use of Instagram as a platform for influencer personal branding. Through social media, Fadil Jaidi is known for having a unique and interactive self-image. Therefore, this study aims to determine the influence of personal branding on followers' responses to the Instagram account @fadiljaidi.

This study employed a quantitative approach with an explanatory type. The population in this study consisted of 13.9 million followers of the Instagram account @fadiljaidi. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires. The personal branding variable was measured using Peter Montoya's eight laws of personal branding, while followers' responses were measured through cognitive, affective, and behavioral aspects.

The results showed that personal branding had a positive and significant influence on followers' responses, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $5.366 > t\text{-table } 1.965$. The R Square value of 0.227 indicated that Fadil Jaidi's personal branding contributed 22.7% to followers' responses, while the remaining 77.3% was influenced by other factors. Therefore, the alternative hypothesis (H_a) was accepted and the null hypothesis (H_0) was rejected. Fadil Jaidi's unique and interactive personal branding was able to increase followers' attention, interest, and interaction toward content shared through Instagram social media.

Keywords: *Fadil Jaidi, Followers Responses, Instagram, Personal Branding, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahhirabil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang sudah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan Skripsi ini dengan baik. Dengan judul “PENGARUH *PERSONAL BRANDING* FADIL JAIDI TERHADAP RESPON *FOLLOWERS* PADA AKUN INSTAGRAM @FADILJAIDI” Skripsi ini langkah awal untuk persyaratan penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis sadar bahwasanya Skripsi ini mampu terselesaikan karena terdapat bantuan baik secara moril ataupun material dari beberapa pihak, maka dari itu penulis ingin sampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dan juga penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si sebagai Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si sebagai Dosen Penasihat Akademik.
5. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya dan memberikan pelajaran, masukan, saran dan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan.

6. Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji Pertama yang sudah berkenan meluangkan waktu untuk menguji, mencermati dan memberi masukan terhadap skripsi ini.
7. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A selaku Dosen Penguji Kedua yang sudah berkenan meluangkan waktu untuk menguji, mencermati dan memberi masukan terhadap skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, khususnya Dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi terima kasih atas semua ilmu yang diajarkan dimasa perkuliahan.
9. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala bantuan pelayanan dan kemudahan yang diberikan selama masa perkuliahan.
10. Teristimewa kedua orang tua penulis, Papah dan Mamah. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan secara material maupun moril yang tiada henti.
11. Saudara-saudara penulis, Luthfi dan Ezha. Terima kasih atas semangat dan hiburan yang selalu diberikan.
12. Seluruh teman-teman dari jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, dan teman seperjuangan Annisa Fajriani Rahmah dan Namira yang telah memberikan dukungan serta semangat, menemani selama di bangku perkuliahan.

13. Semua teman diluar perkuliahan dari grup Bbyshrk, Calz Angels, Menantu Idaman, Pasukan Z, Rakai Team dan masih banyak lagi yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian serta selalu menjadi pendengar yang baik.
14. Favboy inisial Z yang kini sudah bahagia di Surga, terima kasih telah menjadi partner dan support system dari tahun 2019-2025 yang selalu memberikan nasihat, perhatian, dukungan serta kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah penulis. Doa yang terbaik selalu penulis panjatkan, semoga Allah SWT menempatkannya di tempat yang paling indah di Surga-Nya.
15. Channel YouTube YB melalui program Marapthon: The Last Tale yang secara tidak langsung turut menemani dan menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi melalui live streaming nonstop selama 100 hari.
16. Untuk diri sendiri, terima kasih karena sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap. Terima kasih karena telah memilih untuk melanjutkan. Terima kasih karena sudah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi dan hadir dalam diam penuh tanya.
17. Seluruh pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu dan memperlancar jalannya penyusunan skripsi ini.

Tidak ada karya yang benar-benar sempurna, demikian pula dengan skripsi ini yang masih mempunyai beberapa kekurangan. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang bersifat membangun supaya penulis mampu menjalankan perbaikan secara bertahap di masa mendatang.

Meskipun demikian, penulis sangat berharap supaya skripsi ini mampu memberikan manfaat serta kontribusi yang berarti, terutama dalam memberikan pengaruh, baik positif maupun negatif, terhadap generasi muda sebagai penerus yang akan memimpin bangsa di masa depan.

Banjarmasin, 02 Juni 2026

Devi Afifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI..	v
SURAT TUGAS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sejenis	13
2.2 Tinjauan Konseptual	18
2.2.1 Komunikasi Massa.....	18
2.2.2 Media Sosial	23
2.2.3 Instagram	28
2.2.4 Influencer	32
2.2.5 <i>Personal Branding</i>	34
2.2.6 <i>Followers</i>	38
2.2.7 Respon	40
2.3 Tinjauan Teoritis	43

2.3.1	Teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon)	43
2.4	Kerangka Pemikiran.....	46
2.5	Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Pendekatan Penelitian	48
3.2	Tipe Penelitian	48
3.3	Waktu Penelitian	49
3.4	Lokasi Penelitian.....	50
3.5	Objek Penelitian.....	50
3.6	Subjek Penelitian.....	50
3.7	Populasi dan Sampel	51
3.7.1	Populasi.....	51
3.7.2	Sampel	51
3.7.3	Teknik Pengumpulan Sampel	52
3.7.4	Penentuan Ukuran Sampel.....	52
3.8	Jenis dan Sumber Data	54
3.8.1	Data Primer	54
3.8.2	Data Sekunder.....	54
3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.10	Teknik Penentuan Skor	55
3.11	Definisi Operasional Variabel.....	56
3.12	Teknik Analisis Data.....	61
3.12.1	Uji Validitas.....	61
3.12.2	Uji Reliabilitas	63
3.12.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.12.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	66
3.12.5	Uji Parsial (Uji T)	67
3.12.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Gambaran Umum	69
4.1.1	Profil Fadil Jaidi	69

4.1.2	Instagram @fadiljaidi	72
4.2	Komposisi Responden.....	73
4.3	Sebaran Jawaban Responden	77
4.3.1	Variabel Personal Branding (X)	77
4.3.2	Variabel Respon <i>Followers</i> (Y).....	87
4.3.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	92
4.4	Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP		120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA		124
LAMPIRAN.....		128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis	17
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	49
Tabel 3.2 Teknik Penentuan Skor	55
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	62
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	62
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2 Usia	74
Tabel 4.3 Domisili.....	75
Tabel 4.4 Pendidikan.....	76
Tabel 4.5 Kriteria Kuesioner.....	77
Tabel 4.6 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Spesialisasi	77
Tabel 4.7 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Kepemimpinan .	78
Tabel 4.8 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Kepribadian.....	79
Tabel 4.9 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Perbedaan	80
Tabel 4.10 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Terlihat	81
Tabel 4.11 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Kesatuan.....	82
Tabel 4.12 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Keteguhan	83
Tabel 4.13 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Nama Baik.....	84
Tabel 4.14 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X	85
Tabel 4.15 Variabel Respon Followers (Y)	87
Tabel 4.16 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Kognitif	87
Tabel 4.17 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Afektif	88
Tabel 4.18 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Indikator Perilaku	90
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Y	91
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4.21 Hasil Uji Linearitas	94

Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Sederhana	95
Tabel 4.23 Hasil Uji T.....	96
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Indonesia 2025	5
Gambar 1.2 Pengguna Instagram Di Indonesia 2025.....	6
Gambar 1.3 Akun Instagram Fadil Jaidi	7
Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	44
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Fadil Jaidi	69
Gambar 4.2 Instagram Fadil Jaidi	72